



**JOANA ISABEL  
OLIVEIRA FERREIRA  
SILVA MARQUES**

## **A Fotografia e o Design Gráfico**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Criação Artística Contemporânea, realizada sob orientação científica do Doutor João António de Almeida Mota, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro





## **o júri**

presidente

Prof. Doutor José Pedro Barbosa Gonçalves de Bessa  
Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro

Prof. Doutor António Manuel Dias Costa Valente  
Professor Auxiliar Convidado, Universidade de Aveiro

Prof. Doutor João António de Almeida Mota  
Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro



**palavras-chave**

design, fotografia, múltipla-exposição, design gráfico, processo criativo

**resumo**

Este relatório tem como finalidade expôr o trabalho desenvolvido no estágio curricular de cinco meses da aluna Joana Marques, estudante do mestrado de Criação Artística Contemporânea da Universidade de Aveiro. A empresa acolhedora foi Diogo Moreira Studio - Sim Aceito! dedicada à área de fotografia e design gráfico, situada nas Barrocas, Aveiro. Apresenta-se aqui o resultado da participação em vários projectos fotográficos, com referência às ferramentas, métodos e técnicas utilizadas no seu desenvolvimento, e respectivos resultados. Estes projetos passaram pela captação de fotografias para catálogos como a Bosch, Pascoal, pela concepção de álbuns fotográficos, edição de fotografias para os Vinhos Dão Sul, Almas Design, Gresbarro, entre outras marcas/empresas. Numa última parte deste relatório é apresentado um projeto pessoal desenvolvido paralelamente ao estágio, do qual resultou um conjunto de fotografias de retrato com técnica de dupla exposição e graficamente editadas. Ainda na última parte deste documento apresenta-se um artigo científico sobre o trabalho do designer David Carson, onde há um enfoque claro no seu processo criativo e no entendimento de como este integra a fotografia no trabalho gráfico que produz.



**keywords**

design, photography, multiple-exposure, graphic design, creative process

**abstract**

This report discusses the work produced during the five months internship at Sim, Aceito! - Diogo Moreira Studio, by Joana Marques, a student enrolled at the master programme in Contemporary Art Studio offered at Aveiro University.

Diogo Moreira Studio - Sim Aceito! is dedicated to the area of photography and graphic design, located in Barrocas, Aveiro.

This report presents the result of participation in various photographic projects with reference to the tools, methods and techniques used in its development, and its results. These projects began by taking pictures for catalogs such as Bosch, Pascoal, the design of photo albums, photo editing for Dão Sul Wines, Almas Design, Gresbarro, among other brands /companies.

In the last section of this report is presented a personal project developed parallel to the internship and a scientific article. This project consists of portrait photographs taken with double exposure technique and graphically worked. The article is about the work of designer David Carson, where there's an obvious focus on the creative process and how Carson integrates photography in his graphic work.



# Índice

Introdução	9
Contexto de Investigação	10
Sumário	10
Problemática	10
Metodologia	11
A fotografia e o design gráfico	12
Calendarização	30
Objectivos do estágio	31
Local do estágio	34
Estrutura da empresa	35
Integração na equipa	35
Descrição dos Projectos Integrados	36
Cronograma	36
Diogo Moreira - Ilustração	37
Vinhos Dão Sul - Edição de imagem	38
Bosch - Captação e Edição de Imagem	39
Pascoal - Captação e Edição de Imagem	40
Almas Design - Edição de imagem	41
Ana e Filipe - Edição de Imagem	42
Ana e Sérgio - Edição de Imagem	43
Gresbarro - Captação e Edição de Imagem	44
Helena- Seleção , Edição de Imagem e Álbum de batizado	45
Joana e João - Seleção e Edição de Imagem	46
Ana e Rui - Seleção e Edição de Imagem	47



Madaíl - Capa para álbum de batizado	48
Nélio e Catarina - Seleção, Edição de Imagem e Álbum de casamento	49
Pingo Doce - Edição de Imagem	50
Bárbara - Seleção, Edição de imagem e Álbum de batizado	51
Bébé - Assistência à sessão fotográfica	52
Andreia - Álbum de casamento	53
Recheio - Edição de imagem	54
Filipa e Rui - Álbum de casamento	55
Ana Lúcia e Ricardo - Álbum de casamento	56
Joana e Davide - Seleção, Edição de imagem e Álbum de casamento	57
Jeannete e Ricardo- Seleção, Edição de imagem e Álbum de casamento	58
Ana e João - Redimensionamento de Álbum de casamento	59
Gonçalo - Redimensionamento de Álbum de casamento	60
Redken - Seleção, Edição de imagem	61
Bee Very Creative - Video	62
Análise de resultados obtidos	63
Conclusão	64
Bibliografia	65
Webgrafia	66
Anexo I	
Descrição Projeto Pessoal	1
Referências	2
David Carson	3
Francesca Woodman	4

Miki Takahashi	5
Christoffer Relander	6
Ana Pantelia	7
Francesco Paleari	8
Ensaïos	9
Projecto final	10
Análise de resultados obtidos	15
Conclusão	17
Webgrafia	18
Anexo II	
Artigo - David Carson	1



# Relatório de Estágio

candidata Joana Marques  
jiofsm@ua.pt

orientador João Mota  
joaomota@ua.pt

orientador no estágio Diogo Moreira  
diogo@diogo-moreira.com

empresa acolhedora Diogo Moreira photography  
Sim, Aceito!



# Introdução

O presente relatório tem como objetivo relatar o estágio curricular levado a cabo por mim, Joana Marques, aluna do mestrado de Criação Artística Contemporânea, lecionado na Universidade de Aveiro.

Este estágio foi realizado na empresa Sim, Aceito! - Diogo Moreira Photography, com base na sede da empresa, Rua Dr. Rocha Madaíl, 45A Sala 10, em Aveiro e teve a duração de 5 meses.

O relatório divide-se em quatro partes principais: a primeira, de carácter contextualizador engloba a introdução, contexto da investigação, enunciação dos objetivos do estágio e descrição e caracterização da empresa acolhedora; a segunda, passa pela descrição do trabalho realizado no estágio, por um cronograma global e pelo detalhe de cada projeto; a terceira reveste-se de um carácter analítico, através da análise e conclusão do trabalho realizado no estágio e do estágio em si; a última parte é dedicada a um trabalho paralelo, desenvolvido durante o período de estágio.

Este projeto, Espelhos de Alma, consiste num conjunto de fotografias de retrato e de edifícios capturadas por mim, que posteriormente foram sobrepostas em camadas, segundo a técnica de dupla-exposição. O sujeito retratado e o edifício têm como semelhanças a sua estabilidade, sendo que no edifício essa é claramente física, e no sujeito é tanto física como psicológica.

# Contexto da Investigação

## Sumário

Nos dias de hoje, o design gráfico tem-se apropriado cada vez mais do uso da fotografia como meio para comunicar a mensagem desejada de uma forma mais eficaz e cativante. Esta foi democratizada com a máquina digital e programas informáticos que se encontram ao alcance de qualquer um.

Hoje o mundo da fotografia estende-se por uma vertente artística, isto é, não é uma fotografia convencional, não existe uma preocupação de retratar a realidade e o fotógrafo coloca a emoção, expressão e a sua perspetiva na fotografia. E é este lugar de elevado destaque que a fotografia artística ocupa no panorama da Arte Contemporânea.

O uso da fotografia pelo design ocorreu pela primeira vez depois da grande 1ª Guerra Mundial, através de designers gráficos associados à Bauhaus, desenvolvendo assim uma nova abordagem racional ao design gráfico.

Hoje, os designers disputam a atenção do espectador com comunicação que é visualmente interessante e intelectualmente contestada.

O quotidiano da vida moderna encontra-se rodeado por mensagens gráficas, tornando-se parte do mesmo. Este excesso de informação e imagens faz com que a captação de atenção tenha sucesso apenas por aqueles que usam conteúdo significativo, humor inteligente e/ou disciplinas (obras de arte, filme, ilustração, música, etc.)

## Problemática

Fusão da fotografia e do design gráfico.

Como fundir duas disciplinas que têm força suficiente para viverem distanciadas uma da outra?

Como posso ter algo que resulte do melhor de cada área sem haver predominância de uma delas?

Esta investigação tem como fim conhecer, recolher, analisar e refletir sobre a possível integração entre a Fotografia e o Design Gráfico com ênfase no século XXI, e comparar a produção de hoje com as influências do passado. E, também desenvolver soluções válidas do mesmo.

# Metodologia

O eu, o meu percurso autobiográfico, no sentido de consciencializar/revelar os momentos, as obras, as leituras e outros acontecimentos do meu vivido, que me trouxeram até aqui e fizeram com que eu quisesse fazer o que hoje quero fazer, que a minha obsessão seja hoje trabalhar no espaço de fronteira e de encontro entre a fotografia e o design gráfico. Um processo de reencontro com o meu percurso que tornou consciente o meu desejo de trabalhar exatamente nestes espaços de cruzamento, nestes espaços onde um país encontra um outro, uma disciplina ou área do conhecimento encontra outra, no fundo, espaço de ninguém onde o que se cria é uma terceira realidade.

Foi esta tomada de consciência que, tal como no meu percurso individual, me levou a tentar compreender o contexto histórico, as raízes e os princípios de ambas as disciplinas, fotografia e design gráfico, assim como procurar o momento ou momentos em que se foram experimentando cruzamentos e quem os concretizou.

No fundo desenvolvi todo um processo de procura e reflexão de um (ou vários) traços comuns (ou ausência deles) caracterizadores da junção da fotografia com o design gráfico, um trabalho que me levou a focar-me no designer David Carson, o qual, no design que produz nos dias de hoje, faz a integração do gráfico na fotografia.

O estágio que desenvolvi permitiu-me continuar a trabalhar numa dimensão de fronteira, no que vulgarmente se chama no interior da contradição, entre a obrigatoriedade, decorrente do mestrado, de produzir materiais contemporâneos, e a necessidade de responder ao gosto dos clientes que são a razão última e a garantia de viabilidade da empresa onde estagiei.

No fundo, para além do conhecimento e contacto com o funcionamento quotidiano da empresa, o meu trabalho focou-se, como um ensaio permanente de tentativa e erro, em tentativas sucessivas de integrar elementos integrantes e definidores da produção artística contemporânea num estúdio fotográfico e de produção gráfica que trabalha fundamentalmente com temas do quotidiano e com os chamados juízos de gosto das pessoas comuns.



# A fotografia e o design gráfico

Segundo Philip B. Meggs (1992, p. 142-147) a criação de imagens pictóricas e a preparação de chapas de impressão para reproduzir imagens pictóricas permaneceram um processo de trabalho manual até à invenção da fotografia e a sua aplicação à produção gráfica.

A fotografia e as comunicações gráficas foram intimamente ligadas, com início nas primeiras experiências para captar a imagem da natureza com uma câmara.

Joseph Niepce (1756-1833), o francês que primeiro produziu uma imagem fotográfica, iniciou as suas experiências na busca de meios automatizados para a transferência de desenhos em placas de impressão, sem que estas tivessem que ser feitas manualmente.

Em 1822, ele revestiu a folha de estanho com um asfalto sensível à luz, chamado betume da Judeia, que endurece quando exposto à luz. Em seguida, um desenho, o qual foi oleado para o tornar transparente, era impresso em contato com o estanho e com a luz solar. Niepce chamou a esta sua invenção de heliogravura.

Em 1826, Niepce teve uma ideia excitante. Ao colocar um de seus pratos de estanho na parte traseira da sua câmara obscura e apontando-o para fora da janela, ele não poderia fazer uma imagem direta da natureza? A primeira fotografia existente é uma folha de estanho que Niepce expôs durante todo o dia direcionada para a paisagem vista da janela do seu quarto. Niepce continuou a sua pesquisa com materiais sensíveis à luz, incluindo o cobre com revestimento de prata. Ele tornou-se muito cauteloso quando um artista de teatro e pintor que tinha participado na invenção do diorama, Louis Jacques M. J. M. Daguerre (1799-1851), o contactou.

Daguerre perseverou, e em 7 de Janeiro de 1839 o seu processo aperfeiçoado foi apresentado à Academia Francesa de Ciências. Os membros ficaram maravilhados com a clareza e pormenor das suas impressões daguerreótipas e a incrível precisão das imagens. Os daguerreótipos tinham limitações, para cada placa foi uma imagem única de tamanho pré-determinado, e o processo requeria um polimento meticuloso, sensibilizado e desenvolvido. A superfície polida tinha uma tendência a produzir brilho, e a menos que ele fosse visto no ângulo direito, a imagem tinha um curioso hábito de se inverter e aparecer como um negativo.

Numa pesquisa paralela, um inglês, William Henry Fox Talbot (1800-1877), foi pioneiro no processo que se tornou a base para fotografia e para o uso de placas fotomecânicas na impressão.

Nas suas primeiras explorações, ele flutuou o papel numa solução de água salgada, deixou secar, e depois tratou com uma forte solução de nitrato de prata para formar um composto de cloreto de prata insolúvel sensível à luz, no papel. Quando ele segu-  
rava um pedaço de renda ou uma folha apertada contra o papel, com um painel de vidro e exposto à luz solar, o papel em volta do objeto lentamente escurecia.

Talbot chamou a estas imagens, feitas sem uma câmara, desenhos fotogénicos, os quais hoje chamamos de fotogramas. Esta técnica tem sido valiosa para os designers gráficos do século XX, na sua busca por forma.

Em 1835, Talbot combinou as suas novas técnicas com um microscópio para produzir as primeiras microfotografias.

Talbot começou a usar seu papel tratado na câmara escura para criar imagens fotográficas em minutos.

Em Fevereiro de 1839, resolveu o problema da imagem invertida com a impressão de contacto da sua imagem inversa para outra folha do seu papel sensibi-  
lizado na luz solar. Herschel, astrónomo e químico ajudou Daguerre e Talbot a com-  
bater o problema. Herschel designou a invenção de Talbot como fotografia (do grego *photos grafos*, que significa “desenho de luz”) a qual foi adotada no mundo todo.

No final de 1840, Talbot alcançou mais um avanço e foi capaz de aumentar a sensibilidade do seu papel à luz, expor uma imagem latente, e desenvolvê-la depois de ser retirada da câmara. Ele chamou a esse novo processo de *calotype* (que signifi-  
ca “impressão bonita”).

Em 1844, Talbot começou a publicar o seu livro "O lápis da natureza". Havia 24 fotografias em cada cópia montadas à mão. Este livro foi um marco na história do livro.

John Herschel tinha observado que quando um negativo era visto pela reflexão sobre um fundo preto, que parecia ser positivo; apoiando um negativo subexposto em veludo preto ou papel, este fenómeno era usado para produzir os retratos ambrotype muito populares.

George Eastman (1854-1932), colocou o poder da fotografia nas mãos do público leigo quando introduziu a sua câmara Kodak em 1888. Foi na invenção sem preceden-  
te, para comuns cidadãos que agora tinham a capacidade de criar imagens e preservar um registo gráfico das suas vidas e experiências.

A casa de Eastman, mais tarde, tornou-se um museu de fotografia de elevada

importância. O Museu Internacional de Fotografia e Cinema, George Eastman House, o mais antigo museu de fotografia do mundo e um dos arquivos de filmes mais antigos do mundo, abriu ao público em 1949 como um museu independente sem fins lucrativos. O Museu é um marco histórico nacional. Eastman, o fundador da Eastman Kodak Company, criou condições para a fotografia moderna e filmes cinematográficos.

Mundialmente conhecida pelas suas fotografias e arquivos de imagem em movimento, o Museu também é líder em preservação de filmes e fotografia, educando os arquivistas e conservadores de todo o mundo.

George Eastman House, Museu da Fotografia, foi fundado em 1947. Hoje, o nome completo do museu é Museu Internacional de Fotografia e Cinema George Eastman. A missão do museu, desde o início foi o de recolher, preservar e apresentar a história da fotografia e do cinema.

O museu abriu as portas para um público diverso, em 1949, exibindo as suas coleções nucleares nas antigas salas públicas da casa de Eastman.

Em 1984, as participações do museu foram consideradas entre os melhores do mundo. No entanto, com as coleções de crescimento a passo largo, o Museu sofreu cada vez mais do seu próprio sucesso. Com um número crescente de materiais para armazenar, proteger e estudar, espaço e financiamento tornaram-se críticos.

Entre 1985 e 1988 pela primeira vez na sua história o museu atingiu segurança física e financeira para os seus preciosos materiais e a capacidade de oferecer acesso ilimitado a uma série de audiências. A nova unidade abriu ao público em Janeiro de 1989, e hoje abriga mais de 400 mil fotografias e negativos, 28 mil filmes e mais de 4 milhões de stills ; 53.000 publicações, e mais de 25.000 peças de tecnologia.

Depois de uma rigorosa restauração tanto à casa como ao terreno, o museu reabriu ao público em Janeiro de 1990.<sup>1</sup>

Segundo António Luís Marques Tavares (2009, p. 120-129) a evolução da fotografia, das técnicas, das tecnologias, das máquinas nunca mais parou. Hoje, com a máquina digital e com os programas informáticos ao alcance de todos, a fotografia democratizou-se.

A evolução tecnológica da fotografia levou a que a denominada fotografia artística, ou de autor, trilhasse percursos e tratasse temáticas diversas.

A desmaterialização da arte, em todo o tipo de manifestações: pictórica, escultórica, musical, teatral, afirma-se por todo o século passado. Acompanha, evidentemente, a radicalização entre a Arte e a Vida. É neste século que a arte cria e lança raízes para novas, ousadas,

inusitadas e até radicais formas de expressão.

Por detrás desta força galvanizadora das novas formas de fazer arte estão os contributos e os interesses dos meios de comunicação. Estes começam a “inaugurar” colunas dedicadas à arte. A par destas surgem publicações exclusivamente dedicadas ao tema, e não apenas numa ótica académico-científica, mas de divulgação generalizada para um público amante e ávido de novas formas culturais. Inicia-se, também, a criação e fundação de museus novos interessados na divulgação deste tipo de conteúdos artísticos, que proclamassem essa contemporaneidade.

É neste clima de eufórico entusiasmo que a fotografia ganha o seu “posicionamento artístico”, lado a lado com as formas mais tradicionais e ditas “nobres” da arte.

A máquina fotográfica permitiu, ao longo dos tempos e desde a sua invenção, que o fotógrafo se fosse libertando do carácter de mero captador de uma dada realidade, de um dado objeto.

Por todo o século XX a fotografia envereda por campos onde a sensibilidade artística se revela, por vezes pisando terrenos específicos da estética própria da pintura, e por outras afastando-se da mesma.

A evolução tecnológica da fotografia levou a que a denominada fotografia artística, ou de autor, trilhasse percursos e tratasse temáticas diversas. A fotografia artística é entendida como arte de fotografar de maneira não convencional, em que não existe uma preocupação única de retratar a realidade onde o fotógrafo coloca a sua emoção, a sua expressão e a sua perspectiva do mundo na imagem que produz.

Fazendo uso das mais variadas máquinas e tecnologias, os fotógrafos da chamada fotografia artística: Cecil Beaton, Robert Capa, Henri Cartier-Bresson, Man Ray, Irving Penn, Gertrude Ferh, Erich Salomon, William Klein, Roberto Otero, entre diversos outros de não menos importância, quer nos Estados Unidos quer na Europa, produziram ao longo do século XX, verdadeiros ícones em matéria de fotografia artística.

Man Ray, conheceu Marchel Duchamp e ficou “hipnotizado” pelo movimento dadaísta. Depois de ir para Paris, juntou-se a Breaton e outros na sua evolução de Dada para Surrealismo. Nos anos 20, ele trabalhou como fotógrafo profissional enquanto aplicava o Dada e Surrealismo nas suas fotografias. Foi o primeiro fotógrafo a explorar o potencial criativo da solarização, da sequência de tons nas densas áreas do negativo fotográfico. As impressões sem câmara de Man Ray eram chamadas de *rayographs*.

Foi com a “The Armory Show”, em 1913, e as várias atividades da “Gallery 291” de Alfred Stieglitz, que se dá o ponto de viragem no campo da fotografia artística e se entra, definitivamente por novas experiências, com os fotógrafos a romper com as formas antigas de produzir fotografia. Esta viragem decorre principalmente nos Estados Unidos, mas o panorama idêntico se presencia pela Europa: França, Alemanha e Rússia.

As várias correntes artísticas da pintura como o Modernismo e o Expressionismo levaram a que a fotografia seguisse também o mesmo discurso, a mesma gramática visual (mancha, cor, linha, etc.).

Em França, foi Picasso e Braque com o Cubismo e Mondrian com o Neoplasticismo quem mais influenciou os caminhos da fotografia artística nas primeiras décadas do século. Se naquele país foram estes os pintores que deram o mote para a “nova fotografia”, em Itália essa tarefa coube aos Futuristas, fazendo com que os fotógrafos “emprestassem” movimento às suas criações.

Cronologicamente a fotografia artística das primeiras décadas do século passado fica marcada pela incursão no campo do documentário social - FSA. Sobretudo nos Estados Unidos. Dorothea Lange com a “Migrant Mother”, de 1936, e Lewis Hine foram os expoentes máximos desta corrente. Não é de desprezar, de igual forma, os trabalhos que se faziam tendo a paisagem como tema.

Por toda a Europa o Dadaísmo e o Surrealismo com as suas montagens, as suas performances, provocaram profundas e vincadas transformações no campo da fotografia. O contágio era inevitável.

O percurso europeu, no mesmo período cronológico, não segue exatamente o caminho verificado nos Estados Unidos. França contribuía para a arte na fotografia com um dos nomes mais sonantes desta vertente: Henri Cartier-Bresson. Foi com o criador da expressão e conceito de “fotografia de autor” que as coisas começaram a acontecer neste novo tipo de arte. O interesse recaía no observar das pessoas, no seu quotidiano e nas circunstâncias excepcionais da vida. Cartier-Bresson, com os seus trabalhos, prova que o resultado da arte fotográfica não estava na máquina mas sim no olho do fotógrafo que, de forma subjetiva, perceciona determinado momento e o captura.

Nos anos oitenta do século passado, o desenvolvimento do vídeo e das novas formas tecnológicas que o assistem, bem como à fotografia, foi determinante para a

assunção de uma dimensão artística assaz importante e cada vez mais consagrada no universo da Arte Contemporânea. A fotomontagem, o abstracionismo e mais recentemente o tratamento digital deste meio estabeleceram a ascensão da fotografia artística ao lugar de elevado e nobre destaque que hoje ocupa no panorama da Arte Contemporânea, como a prova mais absoluta é o acervo de vários museus de arte que já não possuem apenas nas suas exposições permanentes a pintura e a escultura, mas como também a fotografia e o vídeo.

Em Portugal temos, entre outros, o Museu Coleção Berardo, no Centro Cultural de Belém, o Museu de Serralves, o Centro Português da Fotografia no Porto e o Museu da Imagem, e, pela Europa, são vários os museus e casas de cultura a manter coleções de fotografia artística no seu repositório artístico, como, por exemplo, a deslumbrante coleção do Museu Ludwig, em Colónia, na Alemanha. Nos Estados Unidos da América também são exibidas excelentes obras de arte fotográficas de que o Contemporary Museum of Art, de Nova Iorque é um exemplo.

Esta coabitação da fotografia com outras formas de arte contemporânea nos museus, nas galerias e nos diversos espaços dedicados à arte, assinala, indubitavelmente, que o caminho trilhado entre a fotografia e arte, se porventura se separou, hoje se encontra lado a lado.

De acordo com Charlotte Fiell e Peter Fiell (2002, p. 13 – 35) e Philip B. Meggs (p. 334/339), para entender melhor como o design gráfico chegou à atual fase de desenvolvimento onde criou uma forte relação com a fotografia, é também necessário descrever brevemente a evolução desta profissão relativamente jovem. Enquanto o aumento do aspeto interdisciplinar da prática do design gráfico pode parecer um fenómeno novo, não é realmente o caso.

No final do século XIX as artes gráficas mais visíveis manifestaram-se por elas próprias no design de grandes cartazes de publicidade do estilo *Art Nouveau* - desde posters de cabaré por Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) até às propagandas de cartazes para os cigarros da marca Job, trabalho realizado por Alphonse Mucha (1860-1939).

Este tipo de arte com fim comercial foi muitas vezes utilizado como prática pelos artistas e arquitetos/designers e, como tal, foi altamente influenciado pela evolução contemporânea nas artes plásticas e aplicadas.

A nova profissão de design gráfico foi, no entanto, limitada principalmente à criação de

cartazes e livros, e estava intimamente relacionada com a promoção do movimento britânico *Arts & Crafts* relativamente à impressão de arte. Nesta fase, mesmo quando a impressão mecanizada foi utilizada, os resultados muitas vezes ainda apareciam impressos à mão.

O Movimento Arts and Crafts (ACM) teve como objetivo promover um retorno à manualidade do artesanato e a afirmação da independência criativa dos artesãos individuais. Foi uma reação contra a sociedade industrializada, que tinha crescido na Grã-Bretanha no período vitoriano, destinado à reforma social, bem como artística. Este movimento foi liderado pelo William Morris (1834-96).<sup>2</sup>

*“Arts & Crafts foi uma importante influência para o surgimento posterior da Bauhaus, que assim como os ingleses do século XIX, também acreditavam que o ensino e a produção do design deveria ser estruturado em pequenas comunidades de artesãos-artistas, sob a orientação de um ou mais mestres. A Bauhaus desejou, assim, uma produção de objetos feito por poucos e adquirido por poucos, nos quais a assinatura do artesão tem um valor simbólico fundamental. De forma ampla, a Bauhaus herda a reação gerada no movimento de Morris contra a produtividade anónima dos objetos da revolução industrial. “ (Maldonado, 2006)*

Foi nos primeiros anos do século XX que as chamadas " artes gráficas " foram usadas para desenvolver identidades corporativas completas e integradas.

O surgimento dessa nova disciplina durante os primeiros anos do século XX levou à fundação do Instituto Americano de Artes Gráficas em Nova Iorque em 1914 – a primeira organização a ser criada especificamente para a promoção do que era então chamado de " artes gráficas ". No entanto foi na Primeira Guerra Mundial, que a importância do design gráfico como ferramenta de propaganda foi firmemente estabelecida, principalmente por James Montgomery Flagg, que criou o famoso " *I Want You For Us Army* " cartaz de recrutamento no qual aparece o *Uncle Sam*. Após o fim da guerra, o *Art Directors Club* foi fundada em Nova Iorque em 1920, de modo a elevar o *status* da publicidade - uma crescente área de artes gráficas, que gerou desconfiança por parte do público em geral por causa das falsas alegações e excessos visuais que se tornaram associados a ele. *The Art Directors Club*, posteriormente organizou exposições e produziu publicações que mostram o trabalho de publicidade mais



criativo e, ao fazê-lo ajudou a estabelecer um maior profissionalismo na prática do design gráfico.

Também na mesma década, três patronos progressistas e influentes das artes, Lillie P. Bliss, Cornelius J. Sullivan e John D. Rockefeller, Jr., perceberam a necessidade de desafiar as políticas conservadoras de museus tradicionais e estabelecer uma instituição dedicada exclusivamente à arte moderna.

Eles, juntamente com administradores originais adicionais A. Conger Goodyear, Paul Sachs, Frank Crowninshield e Josephine Boardman Crane criaram o Museu de Arte Moderna, em 1929. O seu diretor fundador, Alfred H. Barr Jr., destina o Museu a dedicar-se a ajudar as pessoas a entender e apreciar as artes visuais do nosso tempo, e que poderia “fornecer” Nova Iorque com “o maior museu de arte moderna do mundo. ”

A resposta do público foi extremamente entusiasmante, e ao longo dos dez anos seguintes, o museu mudou-se três vezes para alojamentos temporários cada vez maiores, e em 1939 finalmente abriu as portas do edifício que ainda ocupa no centro de Manhattan. Após a sua nomeação como primeiro diretor, Barr apresentou um plano para a conceção e organização do Museu, que resultaria na estrutura multi-departamental do Museu com departamentos dedicados pela primeira vez para Arquitetura e Design, Cinema e Vídeo e Fotografia, além da Pintura e Escultura, Desenhos e Gravuras e livros ilustrados. Expansões posteriores ocorreram durante os anos 1950 e 1960, planeado pelo arquiteto Philip Johnson, que também projetou o Abby Aldrich Rockefeller Garden. Em 1984, houve uma grande renovação projetada por Cesar Pelli, que incidia no aumento do espaço da galeria do Museu para o dobro tornando-a com melhores instalações para os visitantes.

Desde o início o Museu de Arte Moderna foi percebido, especialmente pelos amantes da arte norte-americanos, como sendo quase totalmente pró europeu e, ao mesmo tempo, indiferente para os americanos. Na época dificilmente se poderia encontrar exemplos de arte americana que se encaixassem na narrativa moderna dominante. O conteúdo e a estrutura dessa narrativa foram baseados em “movimentos internacionais”, cujas raízes traçam os primeiros movimentos de arte moderna do século XX na Europa. Nos anos 30, Alfred Barr Jr. definiu a história através do seu diagrama famoso e mais tarde através da “narrativa de exibição” do Museu de Arte Moderna.



A fim de desviar as críticas e equilibrar essa tendência pró europeu, o museu organizou uma série de exposições de arte contemporânea americana todos "editados" por Dorothy Miller. Naquele tempo estas exposições, começaram com "*14 Americans*" (1946), que parecia mais uma atividade secundária, ainda não pronta para se tornar parte da narrativa principal.

Mas, foram essas exposições "*The Americans*" no MoMA durante os anos 40 e 50, e de 1951 "Arte Abstrata na América", que pela primeira vez foram introduzidos no contexto de museu Gorky, Motherwell, Pollock, Gottlieb, Rothko, Kline, de Kooning.

No início dos anos 50 o MoMA criou o Programa Internacional de Exposições de Circulação financiados pela Fundação Rockefeller com o objetivo de "promover uma maior compreensão e respeito mútuo", e eram estes artistas que constituíam o mais atraente e mais radical segmento das exposições que circulam apresentadas ao público europeu.

Entre as exposições que vieram para a Europa estavam: "Doze Pintores Contemporâneos Americanos e Escultores" (1953), "A Arte Moderna nos EUA" (1956), "*The New American Painting*" (1958). Poderíamos incluir aqui a representação norte-americana que foi trazida num pacote na Documenta II (1959), sob os auspícios do Programa Internacional do MoMA.

Estes foram os anos estranhos na arte e na política. Por um lado, a arte moderna teve que ser defendida a partir da crítica da direita (Alfred Barr, Jr.: "É Arte Moderna comunista"), e por outro lado, tornou-se evidente, especialmente para as pessoas como George Kennan, que a arte moderna americana poderia ser usada na Guerra Fria cultural, como uma expressão de criatividade e liberdade no Ocidente.

Refletindo o distanciamento da disciplina da subjetividade da arte para a objetividade do design, o tipógrafo americano William Addison Dwiggins usou pela primeira vez o termo "design gráfico" em 1922.

Depois da enorme Primeira Guerra Mundial, houve um desenvolvimento tecnológico, e juntamente com ele nasceram novos movimentos na Arte – Futurismo, Construtivismo e De Stijl – ambos causaram um profundo impacto na evolução do Design Gráfico.

Fortemente influenciado por esses impulsos *avant-garde*, designers gráficos associados à Bauhaus desenvolveram uma nova abordagem racional ao design gráfico, que envolveu o uso de formas geométricas destacadas, letras minúsculas e layouts

simplificados. Incorporando muitas vezes fotomontagens, este novo tipo de design gráfico não era apenas visualmente dinâmico, mas também tinha uma clareza comunicativa. Os designers gráficos alinhados ao Modernismo rejeitaram a expressão criativa individual em favor do que foi descrito por Jan Tschichold (1902-1974) como "criatividade impessoal." Os designers da Bauhaus, como László Moholy-Nagy (1895-1946), Herbert Bayer (1900-1985) e Joost Schmidt (1893-1948) procuraram sistematizar um conjunto de princípios racionais para a prática do design gráfico através do seu endosso de tipografia sem serifas, composições assimétricas e grades retangulares de fluidos, uma preferência para a fotografia sobre a ilustração, e a promoção de tamanhos de papel padronizados.

O modernismo pictórico não foi a única grande corrente de design gráfico europeu durante as duas décadas entre as guerras.

Um espírito de inovação estava presente em todas as artes visuais, as ideias estavam no ar, e até o final da Primeira Guerra Mundial, designers gráficos, arquitetos e designers de produto foram energeticamente desafiando noções existentes sobre forma e função.

Kasimir Malevich (1878-1935) fundou um estilo de pintura de formas básicas e de cores puras que chamou de Suprematismo. Depois de trabalhar na forma do futurismo e cubismo, Malevich criou uma abstração geométrica elementar que era nova, não-objetiva e pura. Acreditava que a essência da experiência da arte foi o efeito de percepção da cor.

Alguns artistas, como Malevich e Wassily Kandinsky (1866-1944), argumentaram que a arte deve permanecer na atividade essencialmente espiritual além das necessidades utilitárias da sociedade. Eles rejeitam um papel social ou político, acreditando que o único objetivo da arte é compreender as percepções do mundo, inventando formas no espaço e no tempo.

Liderados por Vladimir Tatlin (1885-1953) e Alexander Rodchenko (1891-1956), vinte e cinco artistas avançaram o ponto de vista oposto, em 1921, quando renunciaram a "arte pela arte", para se dedicarem ao desenho industrial, comunicação visual, e artes aplicadas que servem a nova sociedade comunista.

Estes construtivistas chamaram o artista para parar de produzir coisas inúteis e voltar para o cartaz, pois "esse trabalho agora pertence ao dever do artista como um

cidadão da comunidade que está a limpar o campo do lixo velho em preparação para a vida nova. "

Tatlin passou de escultura ao design de um fogão que daria o máximo de calor no combustível mínimo; Rodchenko abandonou a pintura avançando para o design gráfico e fotojornalismo.

Uma primeira tentativa de formular a ideologia construtivista foi o folheto *1922 konstruktivizm* de Aleksei Gan (1893-1942). Ele criticou pintores abstratos pela sua incapacidade de romper o cordão umbilical com a arte tradicional, e vangloriou-se de que o construtivismo havia mudado de trabalho de laboratório para aplicação prática. Gan escreveu que tectónica, textura e construção são os três princípios do construtivismo. Tectónica representa a unificação da ideologia comunista com a forma visual; textura significa a natureza de materiais e como eles são usados na produção industrial; e a construção simboliza o processo criativo e a busca de leis de organização visual.

O ideal construtivista foi melhor realizado pelo pintor, arquiteto, designer gráfico e fotógrafo El (Lazar Markovich) Lissitzky (1890-1941). Este visionário incansável influenciou profundamente o rumo do design gráfico. A sua tremenda energia e variedade de experiências com fotomontagem, gravura, design gráfico, pintura e permitiram-lhe tornar-se o homem através do qual ideias supematistas e construtivistas fluíram para a Europa ocidental.

Antes e durante a Segunda Guerra Mundial, a Swiss School construiu sobre a evolução da Bauhaus, a fim de criar uma forma moderna de design gráfico conhecido como o Estilo Gráfico Internacional, que teve uma forte estética redutora, que incorporou um monte de "espaço em branco" e "a fotografia objetiva" (ou seja, imagens realistas). Preciso, direto e clínico, o Design Gráfico da Swiss School foi centrado no preceito modernista de que "a forma segue a função".

Ainda durante a Segunda Guerra Mundial, designers gráficos, especialmente na Grã-Bretanha e América, produziram cartazes de propaganda ousados que mostravam de forma semelhante a pureza formal e economia estética do modernismo, os designers em tempo de guerra, tais como Abraham Games (1914-1996), FHK Henrion (1914-1990) e Jean Carlu (1900-1997), fundiram imagens ousadas com slogans curtos mas poderosos, como "*Talk Kills*", "*We're In It Together*", e "*America's Answer! Produc-*

*tion*", de modo a produzir um tipo de não-narrativa, taquigrafia visual, que transmitiu a mensagem da maneira mais direta possível. Este tipo de comunicação visual de alto impacto que procurou percepção universal mais tarde foi utilizado para fins comerciais.

Após a Segunda Guerra Mundial, os designers gráficos que trabalhavam nos Estados Unidos, tais como Herbert Matter (1907-1984) e Paul Rand (1914-1996), utilizaram a abordagem europeia de combinar dinamicamente tipografia e imagens em *avant-garde* para cativar o olhar e, por vezes, design gráfico com humor para clientes corporativos de alto perfil, como a IBM e a Knoll International.

Desde os anos do pós-guerra ao final dos anos 1950, houve um aumento dramático do uso do design como ferramenta de marketing, o que levou a uma maior especialização na prática design. Até agora, o design gráfico foi reconhecido como uma profissão distinta ao invés de apenas um ramo de uma vocação de design geral. Durante este período, a influência da Swiss School espalhou-se internacionalmente através do sucesso de fontes modernas, como Helvetica desenhada por Max Miedinger (1910-1980) e Univers desenhada por Adrien Frutiger (n.1928) no mesmo ano, e também através do lançamento da revista *New Graphic Design* em 1959. Grandes corporações cada vez mais empregaram designers gráficos para ajudá-los a diferenciar os seus produtos num mercado local cada vez mais competitivo. Neste momento, o design gráfico moderno tornou-se quase completamente independente das suas bases sociais e em vez disso tornou-se intimamente ligado aos desejos de consumo de publicidade corporativa.

Em 1950, Max Bill, designer suíço que estudou na Bauhaus, envolveu-se no planeamento do currículo e edifícios para a *Hochschule fur Gestaltung* ("Institute of Design") em Ulm, Alemanha. Esta escola, que operou em 1968, tentou estabelecer um centro de pesquisa e treino para enfrentar os problemas do design da época, com objetivos educacionais semelhantes aos da Bauhaus.

A escola de design Ulm incluiu um estudo da semiótica, a teoria filosófica geral dos signos e símbolos, no seu currículo.

O impulso do Estilo Tipográfico Internacional e do movimento de identidade visual juntaram-se durante a década de 1960 com o desenvolvimento de programas de design altamente sistemáticos planeados para combinar partes complexas e diversificadas num todo unificado. O sistema de identificação Lufthansa German Airlines 1962, concebido e produzido no Instituto de Design Ulm, é um protótipo. Os princípios do

Estilo Internacional Tipográfico foram estendidos num programa de desenho abordando todas as necessidades de comunicação visual de uma grande corporação. Este programa foi concebido por Aicher OTL em colaboração com Tomas Gonda (1926-1988), Fritz Querengasser e Nick Roericht.

A premissa de trabalho foi a de que uma extensa organização poderia conseguir uma uniforme, e assim significativa, imagem corporativa através de um arranjo sistemático e uso de elementos constantes. A imagem do guindaste voador em uso desde a década de 1930 foi mantida, mas num círculo fechado e utilizado de forma subordinada ao nome da Lufthansa num arranjo consistente de espaçamento entre as letras. O programa de identidade corporativa da Lufthansa tornou-se um protótipo internacional para o sistema de identidade fechado com todos os detalhes e especificações dirigidos para a uniformidade absoluta.

Ao longo da década de 1960, o design gráfico expandiu para novas áreas de comunicação visual como a televisão e as sequências de títulos de filmes. A disciplina foi agora também desempenhando um papel cada vez maior na divulgação de publicidade cultural e de informação ao público, bem como publicidade comercial. No final dos anos 60, os designers gráficos também estavam a começar a expandir este novo movimento em design gráfico para uma audiência internacional muito mais ampla. Eventualmente, o pós-modernismo veio a significar uma multiplicidade de estilos gráficos que foram caracterizados pela cativação visual, composições em camadas de significado frequentemente indecifráveis.

A nova sensibilidade no design pós-moderno foi catapultado para a proeminência internacional, assim que década de 70 acabou e a década de 80 começou. Este estilo foi pluralista, eclético, e profundamente cativante com textura, padrão, superfície, cor e uma geometria divertida.

Quase parecia que a ética racional do movimento do design moderno estava a ser elogiado e ridicularizado por designers dispostos a introduzir capricho e forma exagerada e proporções no seu trabalho. A inovação ocorreu em muitas cidades e países de todo o mundo, com contribuições importantes de diversos grupos, entre arquitetos e designers de produto em Milão, Itália, e designers gráficos em São Francisco, Califórnia.

Uma inspiração de grande importância para todas as áreas do design surgiu em 1981, quando a atenção mundial estava concentrada na exposição de design do grupo

italiano Memphis, liderado pelo eminente italiano de arquitetura e designer de produto Ettore Sottsass (n. 1917). O grupo escolheu o nome Memphis para refletir o seu interesse na inspiração da cultura popular contemporânea e nos artefactos e ornamentos de culturas antigas. A função tornou-se secundária para a imagem icónica do padrão e textura da superfície, cor e formas fantásticas nos seus candeeiros, sofás e armários.

A sensibilidade Memphis abraça formas geométricas exageradas em cores brilhantes (mesmo berrantes), padrões geométricos e orgânicos em negrito, geralmente impressas em laminados de plástico, e alusões de culturas anteriores, como mármore e granito usado em mesas e pernas da cadeira evocativas da arquitetura greco-romana. No design de Memphis, a forma já não segue a função – torna-se a razão do design existir. A secção de design gráfico Memphis foi chefiada pelo Christoph Radl. A atitude experimental, o fascínio com o decorativo e tátil padrão de cor, e geometria exuberante teve uma influência direta sobre o design pós-moderno em todo o mundo. O estilo de Memphis, explodiu em cena, assim que os prósperos anos 1980 começaram, ajudou a definir o cenário para um design extravagante.

Durante os anos 1980 a ênfase crescente na imagem sobre o conteúdo levou à ascensão meteórica de "marca", a qual, com a ajuda certa de designers gráficos, transcendeu as preferências nacionais para se tornar um selo de aprovação entendida globalmente. Empresas como a Nike e Levis foram rápidas em compreender que elevar o design gráfico poderia dar aos seus produtos uma vantagem competitiva distinta.

Branding é basicamente tudo sobre projeção das aspirações e da criação de desejos. É a embalagem (estilo) em vez do produto (conteúdo) que apela em nós um nível emocional, e esta é a razão pela qual certos logos comerciais são adorados como ídolos religiosos.

Ao longo da década de 1980 e início de 1990 a profissão de design gráfico ajudou e incitou a ascensão meteórica da "marca" e apareceu quase completamente cega às fraquezas do consumismo desenfreado.

Na década de 90, houve uma crescente percepção na nova geração dos designers da última modernidade, para quem o estilo e conteúdo são igualmente importantes na criação de soluções de bom design. Hoje, o novo pluralismo no design gráfico deve ser visto por um lado, como resposta ao maior multiculturalismo da sociedade global de hoje, e por outro lado ser solicitado pelo forte desejo dos designers para desenvol-

ver o seu próprio estilo, o que permite que eles se destaquem da multidão. Muitos designers estão a desafiar as noções tradicionais de beleza com o trabalho provocativo que expressa ideias radicais. A maioria dos criadores de imagem que trabalham hoje têm sido fortemente inspirados por desenvolvimentos na arte e no cinema e incorporaram aspetos dessas disciplinas no seu trabalho, que por sua vez levou a uma interpretação mais ampla do que constitui, na verdade, o design gráfico.

Durante a década de 1990 a prática do design gráfico sofreu uma mudança importante como os pixéis se terem tornado um substituto útil para impressão e o software ter diminuído a dependência da profissão às suas ferramentas tradicionais (papel e caneta).

Em nenhuma outra disciplina do Design a tecnologia teve um impacto tão modificador.

*“‘Rage against the machine’. O computador todo-poderoso tem feito cada dona de casa e amadores um ‘designer’, trazendo a mediocridade para as massas.” (Fiell & Fiell, 2002, p. 58)*

Nos dias de hoje estamos rodeados por mensagens gráficas. É certo que elas se tornaram parte do quotidiano da vida moderna – desde a embalagem de cereais e painéis publicitários até logotipos nas roupas e identidade de empresas de televisão.

*“We live in a 24hr design-drive society where nothing is left undesigned. A need for more graphic design is nowhere to be found in this image infrastructure. Instead, we are in search of great ideas. (...) Great ideas are what we remembre from history and what will make a difference in the future.” (Fiell & Fiell, 2002, p. 46)*

Os designers gráficos disputam a atenção do espectador por meio da formulação de comunicação que não só é visualmente interessante, mas também frequentemente intelectualmente contestado.

Para este fim, pode chamar a atenção de uma maneira ousada e direta ou lentamente bobinar-nos com a ambiguidade visual ou duplo significado codificado.



*“O ponto de partida do meu trabalho é sempre a comunicação. Por exemplo, para um cartaz ou exposição, dão-me determinados elementos e eu tenho que organizar esses elementos em determinado espaço e comunicar às pessoas as ideias que me foram transmitidas, da forma mais clara. (...) e transformando-as numa comunicação gráfica.”* (Sebastião Rodrigues, Entrevista de Sebastião Rodrigues à RTP, 1966)

Num mar cada vez maior de informações e imagens os que conseguem captar melhor a atenção são aqueles que usam conteúdo significativo, humor inteligente e/ou disciplinas (tais como obras de arte, filme, ilustração, música), a sua continuidade do caso amoroso com a tecnologia avançada, a sua cumplicidade com a globalização corporativa, e a sua adoção da ambiguidade poética da interpretação cultural do pós-moderno sobre a clareza direta de comunicação universal moderna.

Numa tentativa de compreender o gráfico e posicioná-lo é importante identificar uma série de preocupações e temas comuns levantados pelos designers. Estes são: a indefinição das fronteiras entre as disciplinas, a importância do conteúdo, o impacto da tecnologia avançada, o desejo de conexões emocionais; as limitações criativas impostas pelo software comercial, a desconfiança do mercantilismo, a quantidade crescente, a complexidade e a aceleração da informação; a necessidade de simplificação e (por último, mas não menos importante) a necessidade de relevância ética.

Após uma pesquisa de designers que usufríssem da fotografia no seu trabalho gráfico, e que fosse produzido no último século para uma melhor compreensão do que caracteriza o gráfico dos dias de hoje, encontrei alguns que me pareceram potencialmente bons nessa junção.

De acordo com Elena Stanic e Lipavsky Corina (2010, p.33; p.55; p.357) 25ah é um estúdio de dois designers, Jacqueline Jacoel e Dana Bergquist, que se dedicam a criar soluções gráficas para design editorial, exposições de design e identidade visual. Desde 2004 esta equipa Sueca desenvolveu diversos projetos, desde cartazes e folhetos para pequenos bares, a convites atrativos para lojas e exposições de grande escala em museus para clientes multinacionais. O estúdio repensa as tradições modernas do design gráfico e cria inovadas peças de comunicação que são ao mesmo tempo clássicas e intemporais.



O objetivo deles é produzir uma linguagem visual clara e equilibrada que nunca sairá de moda. A sua afeição pelo minimalismo moderno sueco e a sua funcionalidade é evidente nos seus projetos gráficos.

Ana Starling é uma designer brasileira, para a qual o design e conteúdo são inseparáveis. As suas influências encontram-se no mundo da arte – surrealismo, dadaísmo, arte conceptual e minimalismo, música e Design Europeu. Eduardo Recife é um designer independente, fotógrafo, tipógrafo e ilustrador, que nasceu em 1980 e desenvolveu importantes projectos comerciais para publicações tais como, New York Times, The Guardian, Ray Gun, entre outros.

Anthony Neil Darts é um designer multi disciplinar, diretor com mais de uma década de experiência ao serviço de marcas líder mundiais. O trabalho de design de Anthony foi reconhecido internacionalmente em publicações de design, imprensa e media.

A maioria do seu trabalho consiste na combinação da fotografia com tipografia e símbolos.

*"I never studied graphic design, I come from an art background. It was always my intention to become an artist or an illustrator. So my background is in art history, drawing, sculpture and photography. I also studied traditional print making like silk screening and etching. When I left college I found it difficult to find work and everyone was asking for computer experience. (...) I started Ontwerp.tv a small studio doing mostly commercial works around eight years ago – The work was focussed around the ever converging art of digital film making and computer generated design and animation. (...) I now focus more on the design and direction of this type of work."* (Darts)

Stefan Sagmeister, natural da Áustria, é conhecido por sua abordagem tátil ao design gráfico, enfatizando a experimentação de material, em vez de renderização digital das obras que vão desde a embalagem de CD e instalações de fotografias em escala de parede, e o seu site em tempo real. Design, Sagmeister insiste, 'é necessário coragem do criador e continuar a carregar o fantasma dessa coragem na execução final.'<sup>3</sup>

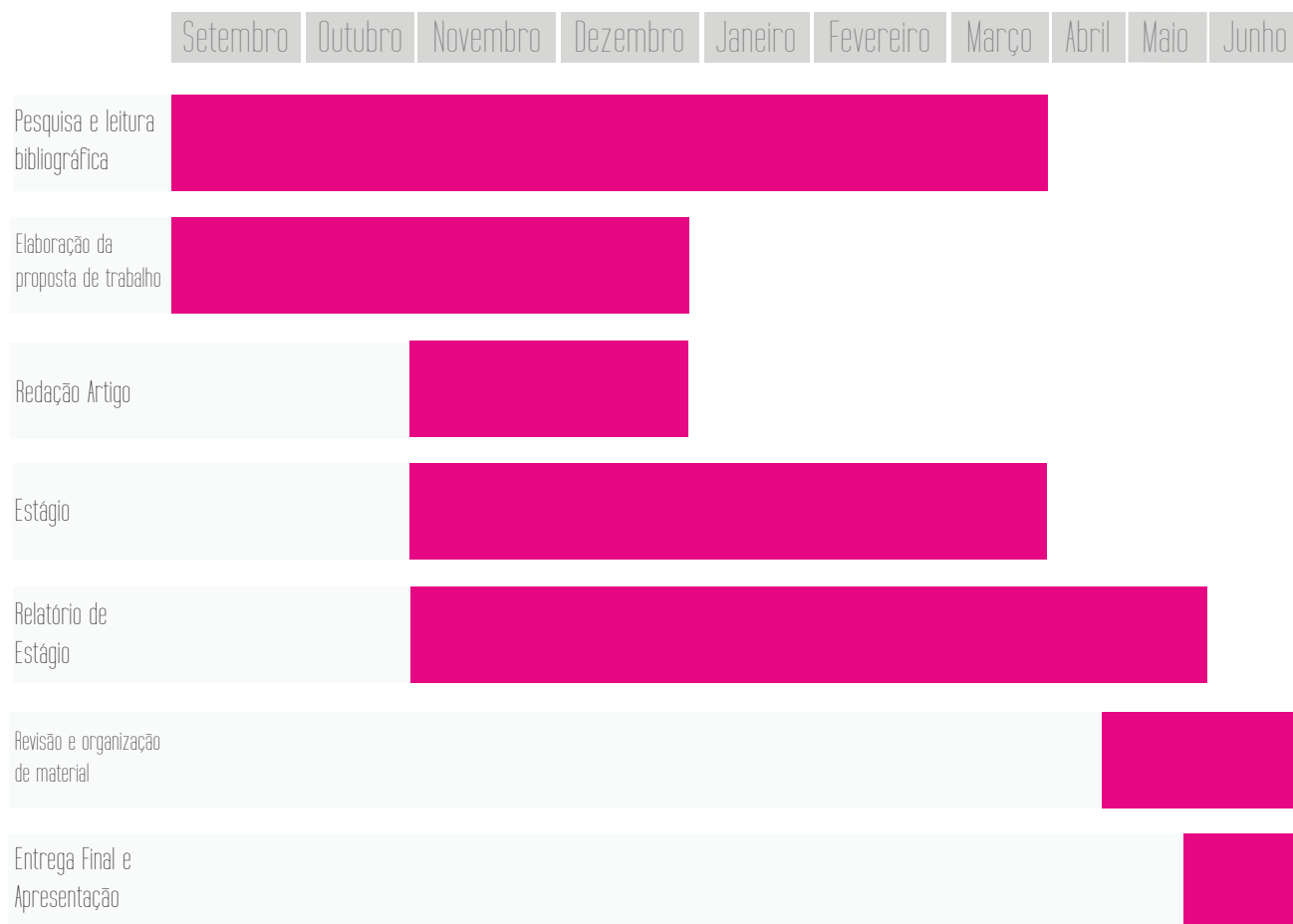
Adam Larson passou os primeiros dez anos da sua carreira a desenvolver uma compreensão abrangente da indústria criativa enquanto subia ranks dentro de várias

empresas de publicidade e design-líder. Em 2007, ele deixou o cargo de Diretor de Criação VP de Arnold para prosseguir a sua própria prática com foco em branding e design. A experiência de Larson abrange muitas disciplinas tendo liderado uma ampla gama de iniciativas criativas para uma impressionante lista de artes, entretenimento, estilo de vida dos clientes. O seu trabalho tem sido destaque em inúmeras publicações relacionadas com o design internacional, e recebeu muitos prêmios de design e publicidade. Ele vive e trabalha em Boston, onde ele se “senta” no conselho consultivo da secção regional AIGA, e é professor adjunto na Faculdade de Arte e Design de Massachusetts.

Entre outros nomes estão Paula Scher, David Carson Ruth Ansel, etc.

*“Hoje, os designers têm tanto a dizer sobre o resultado final de uma imagem fotográfica como o fotógrafo. Juntos, eles estão a levar a fotografia no design gráfico para um nível totalmente novo de forma de arte. Os softwares de edição de imagem permitem que os designers e fotógrafos ajustem as imagens à enésima potência. Com uma infinita variedade de filtros, as fotos podem agora ser manipuladas de inúmeras formas como nunca se sonhou ser possível.” (Cullen, 1999, p. 5)*

# Calendarização



# Objectivos do Estágio

A escolha do estágio na área de pesquisa técnico-artística, para mim é importante, pois, proporcionou um primeiro contacto com a atividade profissional, onde pude implementar os conhecimentos adquiridos tanto ao longo do percurso académico como os da pesquisa de investigação.

“Sim, aceito!”, a empresa onde estagiei dedica-se tanto a casamentos (nos quais se presta a fazer desde o registo fotográfico, criação de álbuns até à criação gráfica e mais “craft” atribuída aos convites, decoração de mesas e lembranças), como à fotografia de produto, bebés, moda, etc. Sendo esta empresa “Sim, Aceito!”, onde sim, o design gráfico aceita a fotografia, todo o meu trabalho se direccionou no sentido de desenvolver soluções válidas de projetos propostos onde o casamento entre estas duas grandes áreas acontece.

Este mergulhar na realidade quotidiana da empresa permitiu-me explorar o campo da criatividade e desenvolver as capacidades de resposta aos diversos tipos de propostas do mercado e de cada cliente, reforçando a autonomia e ao mesmo tempo o espírito de equipa da empresa onde me integrei, este estágio teve um papel importante na compreensão do que poderá ser produção de arte contemporânea no quotidiano, tendo em conta que o Design não é considerado como arte.

Em primeiro lugar vou fi-lo conhecendo a realidade da empresa, o modo de funcionamento e o seu desempenho em relação aos diferentes desafios, pois esse conhecimento é importante para entender os objetivos e o papel e a missão que desempenha nos dias de hoje, assim como as estratégias que as estruturas que a empresa já tem definidas para cada tipo de trabalho (álbuns, convites, sessões, etc). Ou seja, “estudei” o atual funcionamento da empresa e o desempenho nos diferentes desafios e percebi-o, pois é importante para entender os objetivos da empresa e o papel que detém nos dias de hoje.

Este conhecimento permitiu-me também explorar as áreas a um nível prático e profissional, aprendendo com os elementos da empresa, mas também, retribuir com o que aprendi até hoje, havendo uma troca de aprendizagem mútua, nomeadamente na procura de soluções no âmbito do que aprendi na licenciatura e no mestrado, onde foi possível colocar em prática e alargar os conhecimentos até então obtidos. Propus-me a desenvolver os projetos sugeridos pela empresa, como também a desenvolver soluções válidas onde ambas as disciplinas de design gráfico e fotografia se integram (como templates, etc.)

Esta aprendizagem será retribuída da minha parte com propostas a nível mais gráfico, onde após perceber aquilo que me chega às mãos, irei desenvolver sugestões da integração da fotografia no gráfico. Isto é, desenvolverei novos templates, com base tanto nos interesses da empresa, como aqueles que excedem a barreira do “popular” tornando-se experimentais e contemporâneos.

No que diz respeito à integração de fontes tipográficas na fotografia, como é o caso dos cartazes publicitários a nível de produto e a produção gráfica/visual do casamento, vou desenvolver propostas com animações tipográficas onde trabalharei com o tamanho das fontes, a localização delas nas páginas, não esquecendo o tema que guia o trabalho e a sintonia entre as áreas anteriormente estudadas.

Em relação à parte craft, vou observar o processo de trabalho do designer que está encarregue dessa parte criativa. Posteriormente, com base no observado, vou desenvolver novas formas de apresentação relativas aos convites, à decoração, propondo diferentes ilustrações e mudanças a nível formal.

Assim sendo, gostava de poder atuar um pouco em todas as áreas, se assim lhe podemos chamar, para poder compreender o processo de trabalho da empresa e também o processo de captação fotográfico, dos temas acima referidos, sendo este uma área de bastante interesse para mim. Por processo de captação entenda-se, a importância da luz e como manuseá-la a fim de obter uma melhor qualidade da imagem, a relação do obturador e de todos os componentes da máquina fotográfica, bem como os componentes auxiliares exteriores. Para tal teria de fazer shadowing, o qual consiste na observação do fotógrafo em ação, para poder saber que recursos usar nas diferentes situações e a melhor forma de captar a imagem.

Com a minha integração no mundo profissional, entrarei assim em contacto com uma dimensão até antes desconhecida: o cliente.

Primeiramente, para atendermos às suas necessidades é necessário perceber o que eles querem.

Quando vemos que o ideal proposto pelo cliente não vai resultar é necessário sugerir uma melhor solução e convencê-lo de que será a melhor opção. Dependendo da proposta do “meu” cliente irei sempre tentar aliar, sempre que possível e dentro do concretizável, o design gráfico e a fotografia de forma cativante e harmoniosa em que nenhum se sobreporá a outro, e sim, completar-se-ão equilibradamente.

Em relação ao cliente existem duas hipóteses, que são o contacto direto com o cliente, e o briefing que é entregue pela pessoa encarregue da receção dos clientes.

O contacto direto é uma mais-valia, pois, podemos opinar acerca do que o cliente pretende, e se resulta ou não, podendo sugerir na hora uma nova proposta e obter o feedback imediato da proposta dada.

O briefing é um conjunto de informações transmitidas numa reunião para o desenvolvimento de um trabalho, documento. O briefing deve criar um roteiro de ação para criar a solução que o cliente procura, é como mapear o problema para ter ideias para criar soluções.

Definir uma estratégia de relação com clientes com gostos normalizados e o trabalho de um designer gráfico com perspetivas contemporâneas, de forma a que a relação se vai desenvolvendo no interior de duas perspetivas, onde uma não anula a outra, mas sim vão melhorando progressivamente. Haverá sempre um fosso, uma diferença de opinião e perspetivas entre o artista e o cliente, mas o fosso que o separa é dinâmico e vai-se deslocando, de forma a que o gosto e o requinte do cliente também vai evoluindo.

Posto isto, planeio desenvolver o trabalho proposto pela empresa e pelos clientes da mesma, tendo sempre como preocupação a satisfação total do cliente, pois este é o que “alimenta” e a faz crescer tornando-o numa empresa de sucesso. Tentar ultrapassar a barreira do que é considerado cliché, surpreendendo com soluções contemporâneas e artísticas, pois no meio de um mercado um pouco saturado de estúdios fotográficos e ateliers de design é necessário marcar pela diferença, e, pretendo fazê-la cooperativamente com os colegas de trabalho.

## Local do Estágio

Diogo Moreira frequentou o curso de Design de Comunicação na ESAD de Matosinhos e fotógrafa profissionalmente há pouco mais de meia década.

Esteve representado na coleção Joe Berardo.

Em 2006 recebeu o Segundo Prémio de fotografia com o título de “Aveiro Jovem Criador” e, ainda neste ano, começou a colaborar na Discoteca Estação da Luz.

Em 2007 recebeu o Primeiro Prémio de fotografia com o título de “Aveiro Jovem Criador”.

Em 2008 teve o seu trabalho presente na exposição individual “Preto NU branco” na Galeria Enquadrar, em Aveiro. No mesmo ano recebeu uma distinção na Gala da Rádio AveiroFM com o Troféu Moda fotográfica. Foi, ainda, a partir deste ano que começou a colaborar com a Associação Empresarial de Águeda.

Em 2009 realizou a “Exposição Sangue Di.Vino, uma exposição individual, que esteve presente no Museu do Vinho em Anadia e na Galeria Nuno Sacramento em Aveiro. Nesse mesmo ano teve o seu trabalho presente na exposição colectiva “A arte não se mede aos palmos” na galeria Nuno Sacramento.

Mais recentemente criou a marca, não registada, Sim, Aceito! “Da paixão por sorrisos e momentos em que Sim, Somos Felizes!, nasceu o Sim, Aceito! E, na vontade de ajudar a sorrir e na necessidade de capturar e partilhar esse pedacinho do (vosso) tempo, dedicamo-nos a desenhar dias especiais.

Não desenvolvemos clichés, nem oferecemos soluções repetidas. Pensamos individualmente, convosco, no que vai de encontro aos vossos desejos e expectativas. Ao vosso momento. Seja o dia do vosso casamento, o dia de batizado do vosso primeiro sorriso, do 50º aniversário da vossa união, a despedida de uma vida cúmplice!

Porque aqui Sim, Aceitamos! fazer dos vossos dias especiais, os nossos também. Sim, Aceito! é uma equipa de designer e fotógrafo que, dando largas à imaginação, contribuem para os pormenores que tornam os momentos inesquecíveis, não só para vocês, mas para todos os que convosco os partilham. Do convite ao cartão de agradecimentos, da fotografia ao álbum de sorrisos, ajudamos a tornar intemporal o que vos apeteça festejar! ”

Sendo esta empresa (Sim, Aceito!), uma empresa que alia o design gráfico e a fotografia e que desafia os limites tendo uma veia mais artística, poderei colocar em prática o assunto estudado e abordado na pesquisa, desenvolvendo também soluções válidas do fusão entre as disciplinas.

## Estrutura da Empresa

A empresa Diogo Moreira Photography/Sim, Aceito! encontra-se localizada num espaço de vários escritórios.

Este espaço está equipado de acordo com os trabalhos que a empresa realiza para o mercado.

Uma parte do estúdio é dedicada à parte de produção de fotografias, onde se encontra algum do material necessário para as sessões.

Outra parte do estúdio é para a pós-produção e design gráfico ligado à decoração de casamentos, aqui encontra-se material informático e diversos materiais para desenvolver a decoração dos casamentos.

## Integração na Equipa

A integração da equipa sofreu um desenvolvimento gradual ao longo de todo o tempo

de estágio. A receção inicial foi calorosa e o ambiente era descontraído e agradável.

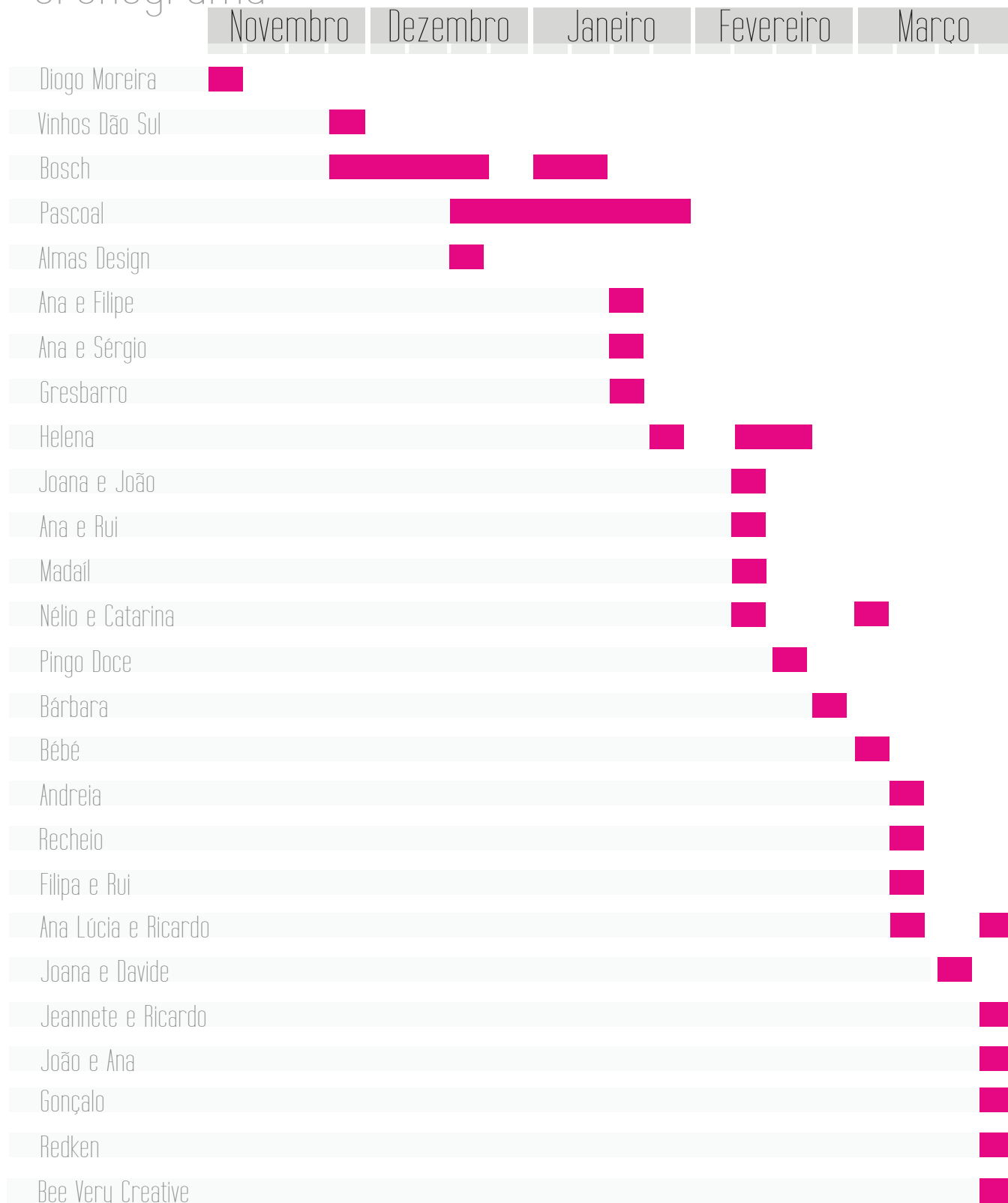
Como me caracterizo por um temperamento algo reservado e tímido num primeiro contacto com novas pessoas, a parte pessoal deste estágio foi um desafio tão grande como a parte profissional. Assim, a integração na equipa deu-se a um ritmo lento, mas compassado, evoluindo gradualmente ao longo do tempo e com a natural convivência.

A nível profissional a integração não podia ser melhor. Existiu sempre uma grande consideração pelo meu trabalho realizado e as tarefas que me foram solicitadas, tendo sido muito diversificadas, foram sempre realizadas dentro do prazo solicitado.



# Descrição dos Projetos Integrados no Estágio

## Cronograma



O primeiro dia de estágio foi ocupado maioritariamente com a análise formal de álbuns de casamento impressos, que se encontravam disponíveis no estúdio.

Essa análise foi importante para entender tanto o estilo do fotógrafo como do álbum e do layout que o compõe.

É notória uma coerência cronológica das fotografias ao longo do álbum e a hierarquização das fotografias conseguida através de diferentes tamanhos, sendo que as de maior importância devem estar mais destacadas.

O primeiro desafio surgiu aquando da proposta do orientador de estágio que consistia no desenvolvimento de uma ilustração para ocupar uma parede pintada com tinta de ardósia do estúdio da empresa. A ilustração teria que ser feita com giz, tendo em conta o constrangimento imposto pelo suporte.

O desafio reside tanto no suporte, no material riscador, por serem materiais nunca antes experienciados, como também a escala (aprox. 3m de altura). Tratando-se de um estúdio fotográfico, optei por fazer um retrato.

Como é visível no primeiro esboço do projecto, o retrato incorpora elementos da fotografia, mais propriamente da objectiva. Juntamente a esses elementos acrescentei uma frase alusiva à fotografia: "A picture is a secret about a secret, the more it tells less you know".

Tendo em conta a discrepância de escala em que o trabalho foi projectado e esboçado com o suporte final, haverá concertiza alterações a fazer, principalmente na fluidez do cabelo e o dinamismo que haverá entre os elementos.

Este projecto acabou por não ser finalizado, devido à importância e urgência de outros projectos.

Cliente

Diogo Moreira

Desafio

Ilustração para parede

Técnica

Adobe Photoshop CS6



Cliente

Vinhos Dão Sul

Desafio

Edição de fotografias para  
catálogo

Técnica

Adobe Photoshop CS6

Este trabalho foi o primeiro de edição de imagem a ser realizado no estágio.

Sendo que o estúdio está equipado com material da Apple, foi-me complicado habituar ao sistema operativo, com o qual nunca antes tinha tido contacto.

O trabalho consistia na seleção de garrafas de vinho dos Vinhos Dão Sul para posteriormente retirar o fundo da imagem no software Adobe Photoshop CS6.

Como se trata de algo nunca antes feito, demorou um pouco mais até ganhar destreza.

Foram-me dadas dicas de como fazer um bom trabalho, entre elas estão o elevado zoom da imagem, até se ver bem os pixels para que não haja recorte do produto; a seleção feita com a “pen” para haver uma maior precisão também em todas linhas curvilíneas das garrafas.

Tive a oportunidade de estar em contacto direto com a edição de fotografias de produto, estas obtidas pelo orientador de estágio no estúdio e editadas pelo mesmo.



No trabalho para a Bosch foi-me possível participar mais activamente em toda a produção, desde a captura das fotografias como a edição das mesmas.

Na produção das fotografias tive um papel mais direccionado para a assistência. Tratavam-se de esquentadores que tinha de ser fotografados de frente, de um angulo de 45 graus e o seu interior. Coube-me a mim ajudar o fotógrafo a colocar os esquentadores na posição certa e segurá-los enquanto ele capturava as imagens.

Após uma seleção das melhores fotografias e edição de equilíbrios de brancos, ambas feitas pelo orientador do estágio, fiquei encarregada de fazer a seleção do produto para, também como no trabalho anterior, retirar o fundo posteriormente.

Este foi um trabalho mais complicado que o dos Vinhos Dão Sul, pois, o “esqueleto” dos esquentadores era bastante complexo, devido aos tubos, fios, etc., que constituem o produto.

Para a captação das imagens

foi utilizada uma Nikon D800 com uma objectiva prime fixa 50mm f/1.4

isto é, uma lente com a qual não é possível fazer zoom e a distância focal é fixa, neste caso essa distância focal é de 50mm. A sua frequente utilização no mundo da fotografia profissional é maioritariamente devido à grande entrada de luz na lente e a pouca distorção da imagem captada.

Para o tratamento das fotografias foi usado o Capture One Pro e para a seleção o Adobe Photoshop CS6.

Este projecto da Bosch, como é visível no cronograma, foi um dos projectos que mais tempo levou a concluir.

Cliente

Bosch

Desafio

Captação e edição de fotografias para catálogo

Técnica

Nikon D800 50mm f/ 1.4 e

Adobe Photoshop CS6

Imagem não autorizada

Imagem não autorizada

Cliente  
Pascoal

Desafio  
Captação e edição de fotografias para catálogo

Técnica  
Nikon D800 50mm f/1.4 e  
Adobe Photoshop CS6



O trabalho para a Pascoal, a meu ver foi o mais enriquecedor por me ter sido permitido trabalhar desde a montagem dos produtos, captura das imagens, até à edição das fotografias.

Foram encomendadas várias fotografias dos variadíssimos produtos que a Pascoal está atualmente a produzir para incluir num catálogo. Os produtos estão divididos por “tipos” e são eles bacalhau, refeições e sobremesas.

Numa fase inicial foi-me incumbida a tarefa de fazer a seleção de várias fotografias para retirar o fundo. As fotografias eram de produtos de bacalhau, nas quais o produto era visto tanto dentro como fora da embalagem. Foi um trabalho mais demorado devido às irregularidades presentes no bacalhau. Após a conclusão desta tarefa, comecei a montagem das embalagens que vinham planas e inutilizadas. As embalagens eram pertencentes à área das refeições e sobremesas, e variavam tanto de tamanho como de forma, sendo umas mais quadradas e outras retangulares.

Após a finalização da montagem e calibragem tanto da máquina como da iluminação por parte do orientador de estúdio, fiquei responsável pela captação das imagens de todos os produtos antes montados.

Na mesa onde se colocava o produto existiam linhas desenhadas q demarcavam o ângulo em que a caixa deveria ser colocada para que todas ficassem sempre na mesma posição e perspectiva. De seguida houve uma seleção das melhores fotografias e o tratamento necessário das mesmas.

A última tarefa era a seleção do produto para retirar o fundo.

Esta última tarefa é comum em todos os desafios relativos a trabalhos de produto. Para a captura das fotografias foi utilizada uma Nikon D800 com uma objectiva de 50mm f/1.4

Para o tratamento das fotografias foi usado o Capture One Pro e para a seleção o Adobe Photoshop CS6.

Este projeto a par do da Bosch, foi um dos projecos que mais tempo levou a concluir.

O trabalho para a empresa Almas Design foi um pouco à semelhança dos trabalhos de produto executados anteriormente. Consistiu na seleção do contorno do produto, neste caso vasos, para posteriormente retirar o fundo.

O trabalho foi desenvolvido no software Adobe Photoshop CS6. Comparando com os projetos já antes elaborados, este foi relativamente mais fácil por não haver muitos pormenores no objeto em si.

Tive a oportunidade de ver o meu trabalho já impresso num folheto publicitário à nova linha de vasos que a empresa lançou.

Cliente

Almas design

Desafio

Edição de fotografias para catálogo

Técnica

Adobe Photoshop CS6



# Ana e Filipe

Cliente

Ana e Filipe

Desafio

Edição de fotografias

Técnica

Adobe Photoshop CS6

No trabalho para os clientes Ana e Filipe fiquei responsável pela parte de edição das fotografias de todo o casamento, estas já anteriormente selecionadas pelo orientador do estágio.

O trabalho foi desenvolvido principalmente sob as ferramentas de saturação, equilíbrio de brancos, contraste e exposição.

Uma das dicas que foi dada, foi que olhasse para o vestido da noiva, pois, quando os pormenores do vestido pouco ou nada se notassem, era sinal que a fotografia estava queimada. Assim, teria que compensar mexendo na exposição, etc.

Para desenvolver o trabalho usei o software Adobe Photoshop CS6.

Imagem não autorizada

# Ana e Sérgio

Para os clientes Ana e Sérgio fiquei novamente responsável pela parte de edição das fotografias de todo o casamento, estas já antes selecionadas pelo fotógrafo.

O trabalho foi desenvolvido principalmente sob as ferramentas de saturação, equilíbrio de brancos, contraste e exposição.

Depois das dicas dadas no trabalho realizado anteriormente, notei que fiquei mais atenta a pormenores na fotografia, e não editar segundo a minha primeira impressão.

Para desenvolvimento deste trabalho usei o software Adobe Photoshop CS6.

Cliente

Ana e Sérgio

Desafio

Edição de fotografias

Técnica

Adobe Photoshop CS6

Imagem não autorizada



Cliente

Gresbarro

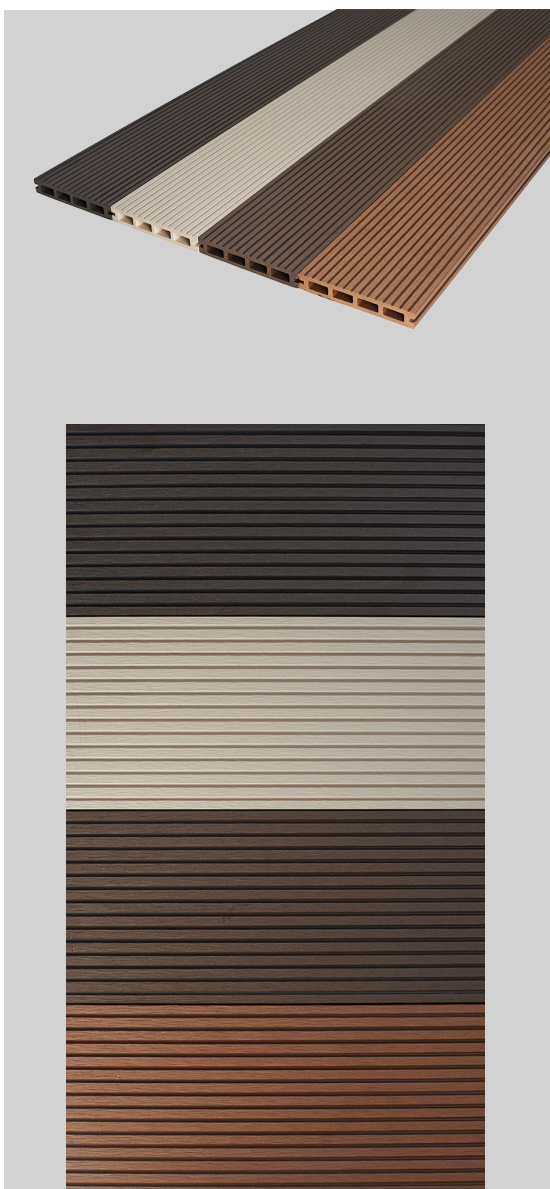
Desafio

Captação e Edição de fotografias para catálogo

Técnica

Nikon D800 50mm f/1.4 e

Adobe Photoshop CS6



No trabalho para a Gresbarro foi-me possível assistir desde a captura das fotografias até à edição das mesmas.

Na produção das fotografias tive um papel mais direccionado para a assistência. Tratavam-se de materiais de construção alternativos à madeira tradicional que tinham de ser fotografados de diferentes ângulos.

Coube-me a mim ajudar o fotógrafo a colocar os materiais na posição correta para posteriormente capturar as imagens.

O processo de captura foi bastante demorado devido à textura dos objectos repleta de ranhuras e também à grande diferença de cores, sendo que era um leque que ia desde um branco sujo até um castanho quase preto.

Para corrigir todos esses “defeitos”, era necessário regular as softbox e posicioná-las de modo a que a textura ficasse realçada, as cores o mais reais possível e que não houvesse manchas indesejáveis causadas pelo reflexo da luz nos objectos.

Após uma seleção das melhores fotografias e edição, ambas feitas pelo orientador do estágio, fiquei encarregada de fazer a seleção do produto para, também como em trabalhos anteriores, retirar o fundo.

Este foi um trabalho menos complexo que todos os outros de produto, pois carecia de pormenores, sendo fundamentalmente linhas retas.

Para a captação das imagens foi utilizada uma Nikon D800 com uma objectiva prime fixa de 50mm com uma abertura de f/1.4 .

Para a edição foram usados os softwares Adobe Photoshop CS6 e o Capture One.

# Helena

Para a cliente Helena criei um álbum de batizado com fotografias já antes obtidas.

Primeiro procedi à seleção das fotografias que incorporariam o álbum.

Os critérios de seleção basear am-se principalmente na compilação dos momentos-chave de todo o batizado e dos convidados, como também os momentos antes do batizado que englobaram toda a preparação da bebé para a cerimónia e momentos partilhados com os pais e irmão.

Depois da seleção, houve uma edição das mesmas. A edição baseou-se sobretudo na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Durante a realização do álbum tentei criar layouts que estivessem em sintonia com os álbuns impressos que me foram mostrados.

Para desenvolvimento deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.

Cliente

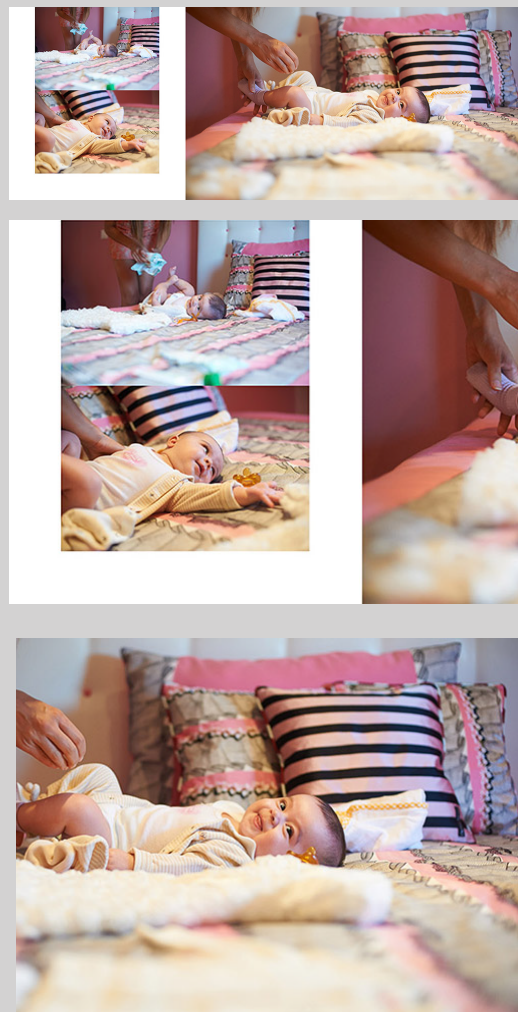
Helena

Desafio

Seleção/Edição de fotografias de casamento e realização de álbum de batizado

Técnica

Capture One Pro 7



# João e Joana

## Cliente

João e Joana

## Desafio

Seleção e Edição de fotografias de casamento

## Técnica

Capture One Pro 7

Para os clientes João e Joana fiz uma seleção de fotografias de todo o casamento. Os critérios de seleção basearam-se na compilação de todos os momentos decorridos ao longo do dia, da captação de pormenores, dos convidados, da cerimónia e do copo-de-água.

Depois da seleção, houve uma edição das imagens. A qual se baseou sobretudo na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Para desenvolvimento deste trabalho usei o software Capture One Pro 7.

Imagem não disponibilizada

# Ana e Rui

Para os clientes Ana e Rui fiz uma seleção de fotografias de todo o casamento. Os critérios de seleção basearam-se na compilação dos momentos-chave decorridos ao longo do dia e dos convidados que fizeram parte desta cerimónia.

Depois da seleção, houve uma edição das mesmas. A edição baseou-se na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Para desenvolver este trabalho usei o software Capture One Pro 7.

Cliente

Ana e Rui

Desafio

Seleção e Edição de fotografias de casamento

Técnica

Capture One Pro 7

Imagem não disponibilizada

# Ana Madaíl

## Cliente

Ana Madaíl

## Desafio

Capa para álbum de batizado

## Técnica

Adobe Photoshop CS6 e Adobe Illustrator CS6

A capa do álbum de batizado, a pedido da cliente Ana Madaíl, foi realizada nos programas Adobe Photoshop CS6 e Illustrator CS6.

A capa já estava feita pelo orientador do estágio, foi-me pedido apenas que a refizesse invertendo as cores dos elementos. A capa original do álbum tinha o fundo branco e as letras e as formas geométricas estavam em azul claro.

Foi um trabalho que dispendeu pouquíssimo tempo, pois já tinha bastante experiência e me encontrava à vontade nos softwares usados para o efeito.



# Catarina e Nélío

Para os clientes Catarina e Nélío criei o álbum do casamento com fotografias já antes obtidas.

Primeiro procedi à seleção das fotografias que incorporariam o álbum.

Os critérios de seleção basea- ram-se principalmente na compilação dos momentos-chave de todo o casamento e dos convidados como também os ambientes e espaços.

Depois da seleção, houve uma edição das mesmas. A edição assentou na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Durante a realização do álbum tentei criar layouts que estivessem em sintonia com os álbuns impressos que me foram mostrados.

No desenvolver deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.

Cliente

Catarina e Nélío

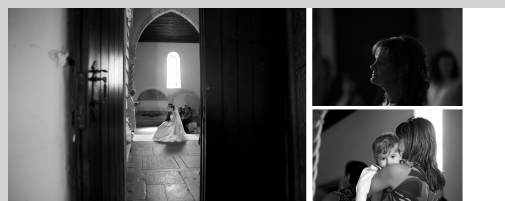
Desafio

Seleção/Edição de fotografias e realização de ábum de casamento

Técnica

Capture One Pro

Adobe Photoshop CS6







Cliente  
Pingo Doce

Desafio  
Edição de fotografias

Técnica  
Adobe Photoshop CS6

O trabalho para a empresa Pingo Doce foi semelhante a trabalhos de produto já antes executados. Consistiu na seleção de trabalhadores de uma nova superfície que iria abrir na Força, Aveiro, para depois remover o fundo.

Como até agora, apenas tinha executado este tipo de trabalho em objectos, este foi mais desafiante. Essa característica deve-se principalmente à “fluidez” da roupa e do cabelo, este bastante pormenorizado.

Tive a oportunidade de ver o meu trabalho já impresso num de muitos folhetos publicitários da nova superfície comercial Pingo Doce.

Para o desenvolvimento deste trabalho utilizei o software Adobe Photoshop CS6.



# Bárbara

Para a cliente Bárbara criei um álbum de batizado com fotografias já antes obtidas.

Primeiro procedi à seleção das fotografias que incorporariam o álbum.

Os critérios de seleção basearam-se principalmente na compilação dos momentos-chave de todo o batizado, dos convidados e dos espaços e ambientes.

Depois da seleção, houve uma edição das mesmas. A edição baseou-se sobretudo na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Para desenvolvimento deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.

Cliente

Bárbara

Desafio

Seleção e Edição de fotografias

Técnica

Adobe Photoshop CS6





# Bébé

## Desafio

## Assistência à sessão fotográfica



Durante o período de estágio foi possível assistir a uma sessão fotográfica de um bebé.

Foi produtivo na medida em que pude presenciar toda a sessão desde à montagem do “apparatus” a todo o processo de captura e posicionamento do bebé.

O bebé a ser fotografado era uma menina e tinha apenas 16 dias, é a altura ideal para este tipo de sessões, sendo que é mais fácil de acalmá-lo e movimentá-lo sem que acorde.

Nas primeiras imagens é possível ver todos os elementos que compõe o “apparatus”.

Os acessórios utilizados na bebé ficaram ao critério da mãe.

Para maior conforto do bebé o estúdio estava aquecido.

A sessão demorou cerca de cinco horas. Esta demora teve como causa o adormecer tardio da bebé.

Pude contribuir graficamente para esta sessão. Foi-me pedido que escreve-se “love” e a idade da bebé num círculo de madeira para incorporar a fotografia. Essa intervenção gráfica é visível na ultima fotografia apresentada

Para a captura das fotografias foi utilizada uma Nikon D800 com uma objectiva de 50mm f/1.4.

# Andreia e Paulo

Para os clientes Andreia e Paulo criei um álbum de casamento com fotografias já antes captadas pelo fotógrafo.

Em primeiro lugar houve uma seleção das fotografias que ifariam parte do álbum.

Os critérios de seleção das imagens para este trabalho basearam-se na reunião dos momentos-chave do casamento, dos convidados que nele participaram, dos espaços e de pormenores que fizeram a diferença.

Posteriormente à seleção, houve uma edição das imagens. A edição baseou-se sobretudo na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Para desenvolvimento deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.

Cliente

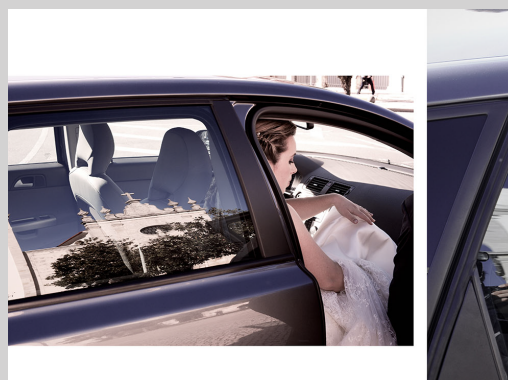
Andreia e Paulo

Desafio

Seleção/Edição de fotografias e realização de álbum de casamento

Técnica

Adobe Photoshop CS6





Cliente  
Recheio

Desafio  
Edição de fotografias

Técnica  
Adobe Photoshop CS6

O trabalho para a empresa Recheio foi bastante semelhante ao trabalho realizado para o Pingo Doce.

Consistiu na seleção do corpo para remover o fundo. Como foi o último trabalho do género a ser desenvolvido, foi feito com maior rapidez e destreza pois já estava mais familiarizada com a técnica utilizada para o propósito.

Tentei ao máximo contornar fielmente a figura para que não se perdesse a característica “fluida” da roupa e do cabelo, este bastante pormenorizado.

O software utilizado para o desenvolvimento do trabalho foi o Adobe Photoshop CS6.



# Filipa e Rui

Para os clientes Filipa e Rui criei um álbum de casamento com fotografias já antes obtidas pelo fotógrafo

Primeiro houve uma seleção das fotografias que incorporariam o álbum.

Os critérios de seleção basearam-se principalmente na compilação dos momentos-chave de todo o casamento e dos convidados.

Depois da seleção, procedi à edição das mesmas. A edição baseou-se sobretudo na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Para este álbum foram idealizadas perto de 40 páginas.

Todo o trabalho foi realizado com os softwares Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.

Cliente

Filipa e Rui

Desafio

Seleção/Edição de fotografias e realização de álbum de casamento

Técnica

Capture One Pro

Adobe Photoshop CS6





# Ana e Ricardo

Cliente

Ana e Ricardo

Desafio

Seleção/Edição de fotografias  
e realização de álbum de  
casamento

Técnica

Capture One Pro

Adobe Photoshop CS6

Para os clientes Ana e Ricardo criei um álbum de casamento com fotografias já antes obtidas.

Primeiro procedi à seleção das fotografias que incorporariam o álbum.

Os critérios de seleção basearam-se principalmente na compilação dos momentos-chave de todo o casamento e dos convidados.

Depois da seleção, houve uma edição das mesmas. A edição baseou-se na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Para o desenvolvimento deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.



# Joana e Davide

Para os clientes Joana e Davide criei um álbum de casamento com fotografias já antes captadas.

Primeiro procedi à seleção das fotografias que incorporariam o álbum segundo critérios de seleção. Os critérios tiveram como base os pormenores, os momentos-chave da cerimónia, o espaço, os diferentes ambientes e os convidados.

Depois da seleção, houve uma edição das imagens. A edição baseou-se sobretudo na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Este álbum teve a particularidade de ter de incorporar uma sessão com os dois noivos junto a um carro, com a característica de uma sessão já de pós-casamento.

No desenvolvimento deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.

Cliente

Joana e Davide

Desafio

Seleção/Edição de fotografias e realização de álbum de casamento

Técnica

Capture One Pro

Adobe Photoshop CS6



# Jeannete e Ricardo

Cliente

Jeanette e Ricardo

Desafio

Seleção/Edição de fotografias e realização de álbum de casamento

Técnica

Capture One Pro

Adobe Photoshop CS6

Para os clientes Jeanette e Ricardo criei um álbum de casamento com fotografias já antes obtidas.

Primeiro procedi à seleção das fotografias que incorporariam o álbum.

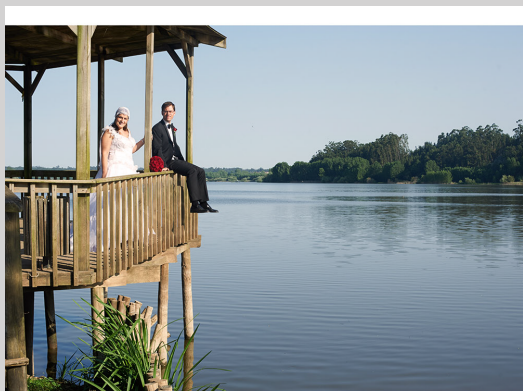
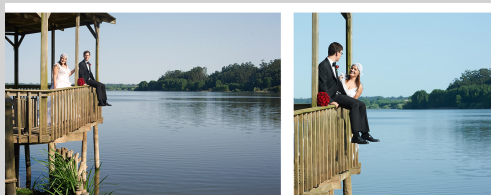
Os critérios de seleção basearam-se principalmente na compilação dos momentos-chave de todo o casamento e dos convidados.

Depois da seleção, houve uma edição das mesmas. A edição baseou-se sobretudo na compensação de exposição, saturação e contrastes.

Este álbum teve a particularidade de integrar fotografias de uma sessão realizada já depois do casamento.

Ao realizar este álbum apesar de começar a ser mais complicado criar diferentes layouts de todos os criados até então, a paginação, com a experiência, começou a ser mais harmoniosa e irreverente do que inicialmente tinha sido criado.

Para desenvolvimento deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7 e Adobe Photoshop CS6.



# Ana e João

Este trabalho consistiu no redimensionamento de um álbum já antes desenvolvido.

Foi desafiante na medida em que em muitas das páginas houve a necessidade de alterar a disposição das fotografias e o tamanho para que estas se ajustassem ao tamanho do novo álbum.

O álbum que já estava anteriormente feito tinha as medidas 15x20cm as quais foram alteradas para 30x25cm.

O programa usado para a realização desta tarefa foi o Adobe Photoshop CS6.

Cliente

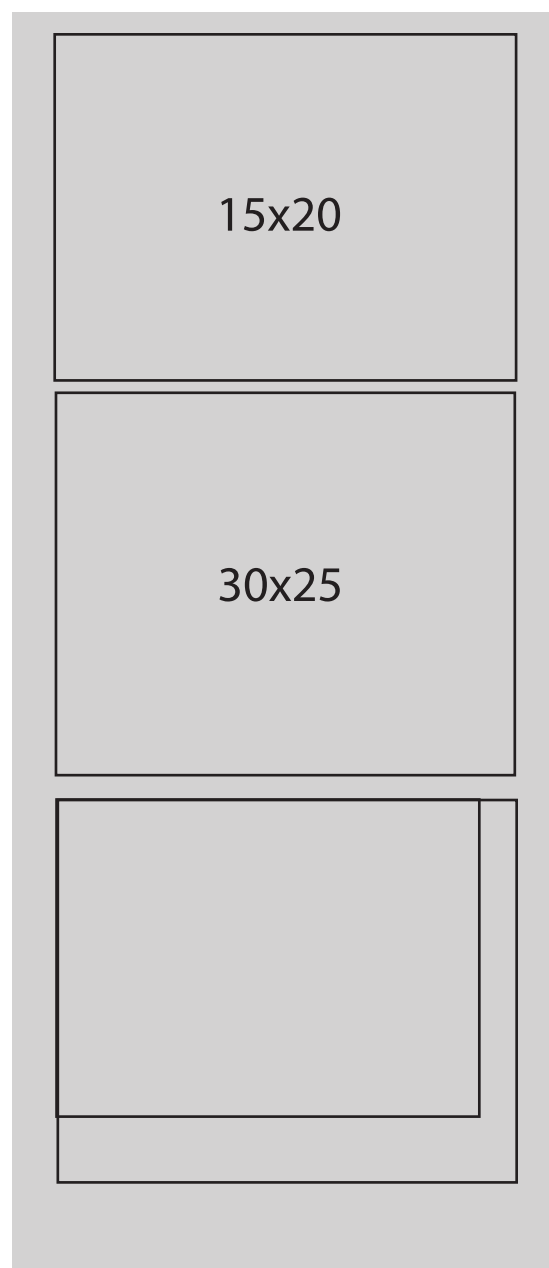
Ana e João

Desafio

Redimensão de álbum de casamento

Técnica

Adobe Photoshop CS6





# Gonçalo

Cliente

Gonçalo

Desafio

Redimensão de álbum de casamento

Técnica

Adobe Photoshop CS6

Este trabalho consistiu na redimensão de um álbum que já havia sido realizado pelo orientador do estágio.

Foi igualmente desafiante ao álbum anterior.

Houve a preocupação de tentar repaginar o álbum o mais parecido possível à disposição já existente.

O álbum a editar tinha as medidas 15x20cm as quais foram alteradas para 30x25cm.

O programa usado para a realização desta tarefa foi o Adobe Photoshop CS6.

15x20

30x25

No trabalho para o cliente Redken fiquei responsável pela seleção de fotografias de todo o evento.

Os critérios de seleção basearam-se principalmente na compilação de todos os momentos decorridos ao longo do evento e também das pessoas que nele participaram.

Depois da seleção, houve uma edição das mesmas. A edição foi baseada no ajuste da exposição, saturação e contrastes.

Para desenvolvimento deste trabalho usei o software o Capture One Pro 7.

Cliente

Redken

Desafio

Seleção e Edição de fotografias

Técnica

Capture One Pro

Imagem não autorizada

Cliente  
Bee Very Creative

Desafio  
Participação em filmagem

No trabalho para o cliente Bee Very Creative, foi-me proposta a participação numa das filmagens para promoção de uma impressora 3D, a BeeTheFirst, criada pela empresa.

O vídeo tinha uma duração máxima de 10 segundos e por isso não dispensei de muito tempo até conseguirmos um bom “take”.

Primeiramente foi definido um “*storyboard*”, este composto por 4 intervenientes e três pontos principais. Os intervenientes eram um representante da empresa com a impressora 3D, o fotógrafo com o seu cão e eu.

Os pontos consistiam em, primeiro, ir na direção da pessoa com o cão e seguir em direção à pessoa com a impressora 3D, onde, na qual parava e me baixava para ler “Bee The First”, e depois seguir em frente.

Antes desta proposta já me tinha sido possível assistir a outras filmagens, para a mesma empresa, do mesmo produto, no estúdio. Estas eram filmagens com intuito técnico para os consumidores saberem como montar a impressora após a sua aquisição.

Imagem não autorizada

## Análise dos resultados obtidos

De uma forma geral os objectivos foram cumpridos. Procurei sempre responder da forma mais rápida e eficaz possível às solicitações, esforçando-me para devolver os resultados da forma mais perfeita possível.

Foi-me possível notar uma evolução em termos de rapidez de resposta e de atenção dedicada a cada tarefa, evolução cujo mérito é em grande parte do orientador de estágio, que me alertava das falhas e sugeria soluções para as mesmas. Houve também uma evolução na operação com novos instrumentos e sistema operativo.

O balanço foi muito positivo, tanto a nível de experiência de novos programas, novo sistema operativo e novos instrumentos, e tipos de desafios, como a nível de contacto com novos ambientes, novas pessoas e uma nova dimensão: o cliente. Verifiquei que ao longo do tempo que me foram sendo atribuídos projectos diversificados, alguns grandes, outros nem tanto, o que contribuiu grandemente para expandir a minha experiência em diferentes campos.

Houve muitos projetos em que o processo de trabalho era semelhante, o que permitiu que projeto após projeto fosse aperfeiçoando a técnica, melhorando assim o meu desempenho na realização das tarefas semelhantes.

A maior dificuldade surgiu no desenvolvimento dos álbuns. Estes tinham de ter um aspeto *clean*, onde apenas o branco emoldurava as fotografias. Sendo um tipo de trabalho que produzi em maior volume, à medida em que a destreza ia aumentando, as possibilidades iam diminuindo, tendo que, por isso, usar o lado criativo ao máximo para criar layouts que fossem diferentes de tudo o que até então tinha sido produzido.

Foi notória a diferença dos projetos desenvolvidos no âmbito académico relativamente aos projetos profissionais desenvolvidos no estágio. Essa diferença resume-se fundamentalmente à maior rapidez de resposta no campo profissional, onde, também, é necessário ter em consideração o gosto do cliente e o que é pedido por ele.

Foi especialmente gratificante fazer parte de uma equipa de excelência como esta, e saber que no sucesso de cada projecto em que participei também existe um bocadinho do meu esforço.

Foi também interessante trabalhar para clientes como o Pingo Doce, Bosch, Pascoal, entre outros, sabendo que são clientes de grande peso no mercado, e por isso, mais exigentes.

Ao nível da aprendizagem o balanço também foi muito positivo, tanto ao nível de novos desafios como ao nível técnico. Senti que ampliei muito os conhecimentos recolhidos no curso e pude ter uma experiência nítida do que é fazer parte de uma bem sucedida empresa.

## Conclusão

Com este estágio curricular foi-me possível experienciar o mercado de trabalho, onde pude estar em contacto com uma nova dimensão, o cliente, acerca da qual antes pouco ou nada estava elucidada. Com esta nova dimensão advieram novas exigências que devia ter sempre em consideração no trabalho a desenvolver.

Tive a oportunidade de estar em contacto com várias marcas de renome e que ocupam um grande lugar no mercado, no qual foi notório o maior nível de exigência e profissionalismo.

Permitiu-me acompanhar o processo de uma empresa, ainda que pequena, muito bem-sucedida, onde depositaram em mim e no meu trabalho muita confiança ao deixarem a meu cargo projetos de grande importância.

Aprendi muito, a nível técnico, profissional e pessoal, e possibilitou-me a oportunidade de compreender todo o processo de trabalho desde a captação de imagens até ao trabalho final a ser entregue, passando por toda a edição.

Fizeram também parte deste período de estágio limitações, delas fazem parte o sistema operativo, com o qual até então não tinha tido contacto, onde tive de desenvolver os trabalhos, e também o desenvolvimento de vários álbuns.

Foi uma experiência da qual me foi possível reter bases tanto de fotografia como de edição de imagem, que, no futuro me poderão ajudar na produção de novos projetos tanto a nível pessoal como no mercado de novos trabalhos, estes, oportunidades abertas pelo estágio.

Penso que o balanço foi extremamente positivo, fruto do empenho e vontade de aprender, mas também de uma vontade de corresponder às expectativas que em mim foram colocadas aquando da minha aceitação.

Para tal contribuíram muito os conhecimentos, a pluralidade e multidisciplinaridade obtidos no curso de Design e no mestrado de Criação Artística Contemporânea, o apoio da empresa que me acolheu de forma exemplar e, sobretudo o apoio dos amigos, familiares e professores, que me ajudaram.

# Bibliografia

BUCHER, Stefan (2009). *The Graphic Eye*. San Francisco: Chronicle Books.

CULLEN, Cheryl (1999). *Photography: Creating Effective Graphic Design with Photography*. Rockport Publisher.

FIELD, Charlotte et Peter (2002). *Graphic Design for the 21st Century*. Hohenzollernring: Taschen.

MEGGS, Philip (1991). *A History of Graphic Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.

SAPIENS (2009). *História, Património e Arqueologia*, N.º 1.

Stanic, Elena, Corina, Lipavsky (2010). *Atlas of Graphic Designers*. Rockport Publisher.

TAVARES, António Luís Marques (2009). *A Fotografia Artística e o seu lugar na arte contemporânea*.

# Webgrafia

Autor Desconhecido. Acedido a 5 Nov. 2013. Disponível em: <https://www.simaceito.pt>

BOOM, Design (2012). Acedido a 13 Nov. 2013. Disponível em: <http://www.design-boom.com/design/stefan-sagmeister-live-qa-on-skype/>

Company, Adam and. Acedido a 13 Nov. 2013. Disponível em: <http://www.adamncompany.com/adamco/>

DART, Anthony Neil. Acedido a 04 Nov. 2013. Disponível em: <http://www.linkedin.com/pub/anthony-neil-dart/10/876/4b4>

MATE, Ivy. Interview with Designer and Director Anthony Neil Dart. Acedido a 04 Nov. 2013]. Disponível em: <http://www.photoshoptutorials.ws/creative-inspirations/graphic-design/interview-with-designer-and-director-anthony-neil-dart/>

MUSEUM, Design. Acedido a 02 Nov. 2013. Disponível em: <http://designmuseum.org/design/art-and-craft-movement>





# Anexo I



# Projeto Pessoal

## Espelhos da Alma

Espelhos de Alma é um projeto que foi desenvolvido paralelamente ao estágio, onde pude aplicar bases que obtive ao longo do mesmo e do mestrado .

Este projeto nasce da necessidade de tornar visível o que muitos não vêem e o que poucos querem mostrar.

É um projeto que reflete vários estados de alma, tornando-se um espelho da mesma, onde indivíduos retratados se interligam e se difundem com diferentes edifícios. A forte relação criada apoia-se na estabilidade de ambos.

As ruínas de edifícios surgem aqui como uma segunda pele de diferentes pessoas.

Espelhos da Alma é como que uma metáfora de todas as vivências dos indivíduos, vivências essas que são do conhecimento de muito poucos ou nenhuns. Não é uma ignorância que parta muitas vezes do desinteresse, mas sim da omissão por parte de quem não o quer mostrar.

Neste projeto há uma exposição de todo um estado psicológico e emotivo, a qual não é objetiva nem clara, criando um paralelismo com diferentes edifícios em que ambos partilham as mesmas características baseadas na sua estabilidade.

A necessidade de um envolvimento pessoal com os indivíduos retratados surgiu para que todo o trabalho fosse o mais fiel e coerente possível.

Em momento algum os retratados intervieram na escolha dos edifícios que se relacionariam com as suas vivências e que se tornariam o espelho da sua alma. Ainda que este seja implícito em nada lhe retira todo o simbolismo depositado em cada ruína.

As fotografias foram trabalhadas graficamente, dando continuidade ao tema tratado no último ano de mestrado: A fotografia e o design gráfico.

Foi necessário trabalhar a justaposição para existir um maior equilíbrio entre as imagens e as camadas para atingir o efeito pretendido. Com o arranjo gráfico as imagens tornaram-se menos confusas, onde as camadas se respeitam para um melhor resultado.

A técnica utilizada para a produção deste projeto foi a de dupla-exposição conseguida digitalmente, onde se criam duas camadas, uma destinada ao retrato e outra ao edifício.

# Referências

Para a realização deste projeto houve uma prévia pesquisa de referências que tanto serviram como inspiração para o seu desenvolvimento como também tiveram um papel de consolidação do mesmo.

O artigo desenvolvido no primeiro semestre (anexo I) teve também um papel de referência bastante grande para este trabalho.

Sendo o tema escolhido o Design e a Fotografia, David Carson foi a opção de caso de estudo.

Encontrado o tipo de trabalho a explorar, procurei referências que me auxiliassem no tipo de técnica a utilizar e o tipo de resultado a obter. Entre elas está o trabalho da Francesca Woodman, Christoffer Relander, Miki Takahashi, Anna Pantelia e Francesco Paleari.

## David Carson

Foi a partir do trabalho de David Carson que surgiu a inspiração para a realização do projeto pessoal. Após um estudo aprofundado sobre o seu trabalho e de como ele une o design gráfico à fotografia, decidi realizar um trabalho paralelo ao estágio.

A inspiração das camadas para o projecto de dupla-exposição e intervenções gráficas adveio de todo o trabalho que David Carson produz. (Ver Anexo II)

# Francesca Woodman

Francesca Woodman nasceu em 1958 em Denver e morreu em 1981 e Estudou na Rhode Island School of Design em 1978.

As fotografias de Francesca Woodman exploram questões de gênero e do “eu”, onde há uma representação do corpo em relação ao espaço que o envolve.

Os seus retratos não são auto-retratos convencionais, neles o corpo é parcialmente oculto ou escondido por longas-exposições que difundem a figura tornando-a fantasmagórica.

O espaço escolhido para fotografar são espaços abandonados, onde o corpo parece mergir com o que o rodeia, coberto por vezes com pedaços de papel de parede já degradado.

O fato de haver uma relação do corpo com o espaço envolvente, onde este toma a liberdade dos seus atos, e de certa forma se funde com o que rodeia, tornando-se assim parte dele, foi o que me levou a escolher o trabalho de Francesca Woodman como uma importante referência.<sup>1 2</sup>



<sup>1</sup> Informação disponível em: <http://www.tate.org.uk/art/artists/francesca-woodman-10512>

<sup>2</sup> Informação disponível em: [http://www.artspace.com/francesca\\_woodman](http://www.artspace.com/francesca_woodman)

## Miki Takahashi

Miki Takahashi é uma artista digital e fotógrafa natural de Tóquio.

No seu trabalho usa a técnica de dupla-exposição nas suas fotografias, criando tensão entre duas realidades que ela quer retratar. Embora a pessoa seja presumivelmente o principal assunto do retrato, o segundo elemento, chama rapidamente a atenção. O resultado é um estilo surreal.

Este trabalho surge como uma referência mais a nível técnico, sendo a múltipla-exposição a técnica a explorar.<sup>3 4</sup>

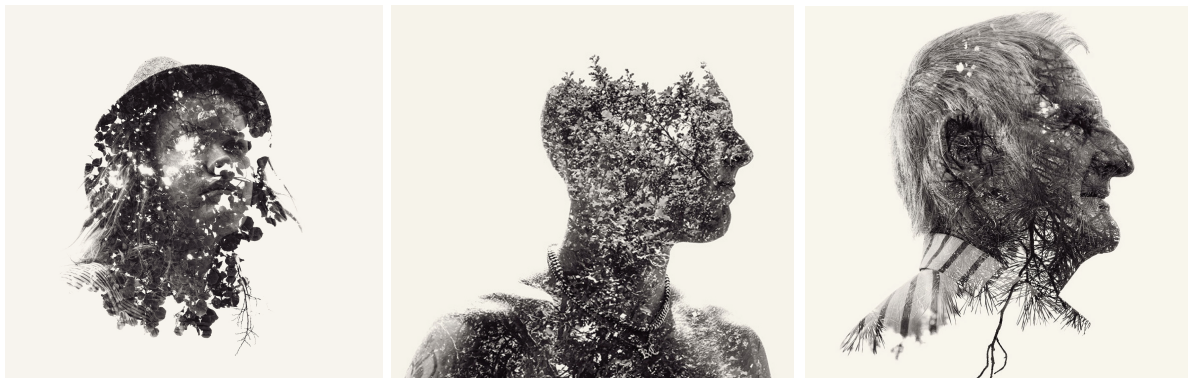


## Christoffer Relander

Christoffer Relander nasceu na Finlândia em Dezembro de 1986 e vive atualmente em Raseborg.

O fotógrafo aplica a técnica de múltipla-exposição no seu trabalho “We Are Nature”. Este trata-se de uma série de imagens que remetem para o sonho, para o surreal, com base na relação ambígua entre o homem e a natureza.

O trabalho de Christoffer assume um papel de referência no projeto ao nível técnico e concetual. A dupla-exposição e a maneira como a natureza dá forma aos rostos, é definitivamente o aspeto gráfico e o tipo de conceito que caracteriza também o meu trabalho.<sup>5</sup>



---

<sup>5</sup> Informação disponível em: [http://blog.iamnikon.com/en\\_GB/d-slr/multiple-exposure-photography-christoffer-relander/](http://blog.iamnikon.com/en_GB/d-slr/multiple-exposure-photography-christoffer-relander/)



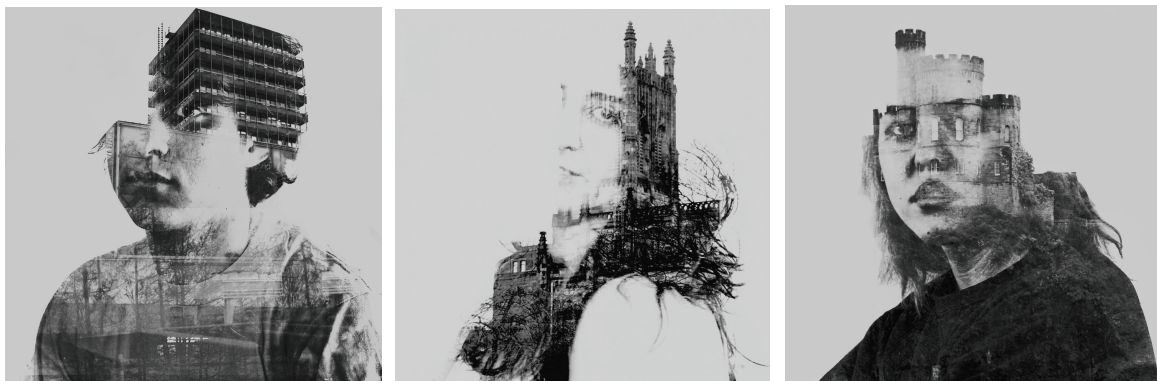
## Anna Pantelia

Anna Pantelia nasceu em 1991 em Atenas, Grécia. Estuda na Faculty of Photography and Audiovisual Arts of Technological Educational Institute of Athens. Os seus trabalhos fotográficos são maioritariamente direcionados para fotojornalismo e focados na minoria imigrante e crises financeiras.

Pantelia tem a opinião de que a fotografia deve contar ou criar uma história. O seu projeto “Recycle” é um esforço para encontrar uma forma de converter algo inútil em algo útil. Este projeto foi uma experiência sobre como a paisagem urbana pode coexistir com o retrato e criar um efeito visual interessante como a estabilidade dos edifícios combinados com a estabilidade das poses retratadas.

Este trabalho surge como uma referência a nível concetual e a nível técnico. Também no meu trabalho optei por unir o retrato a edifícios, a estabilidade dos quais caracteriza a estabilidade da pessoa retratada.

6



7 <sup>6</sup> Informação disponível em: <https://www.behance.net/gallery/Recycle/5889145>

## Francesco Paleari

Francesco Paleari tem 21 anos e estudou Design de Comunicação no Politécnico de Milano. O seu interesse está direcionado para a composição e uniformidade de estilo e concetual.

“Milano’s Profiles” é um projeto que tem o intuito de representar a cidade histórica e moderna ao mesmo tempo, através de retratos de pessoas que sempre viveram na cidade. Usa para o fim a técnica de dupla exposição, onde os edifícios modernos e históricos dão forma a pessoas.

O trabalho de Francesco Paleari assume um papel de carácter referencial tanto pela técnica usada nas fotografias como pelo conceito.<sup>7</sup>



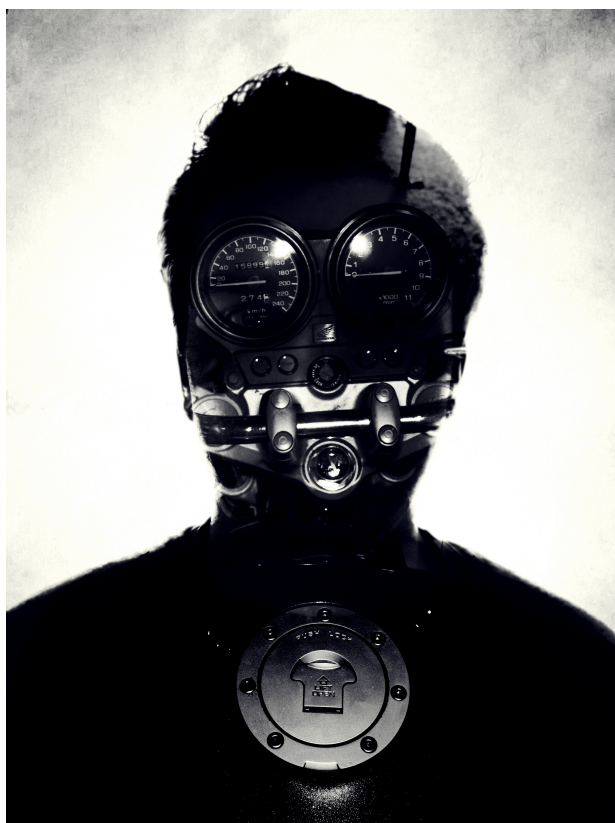
---

<sup>7</sup> Informação disponível em: <https://www.behance.net/gallery/12683157/Milanoses-profiles>

# Ensaio

As primeiras experiências surgiram como estudos da sobreposição das camadas. Não havendo a possibilidade de fazer a múltipla-exposição numa máquina fotográfica analógica, explorei essa manipulação digitalmente de modo a que o resultado final ficasse o mais fiel possível à técnica.

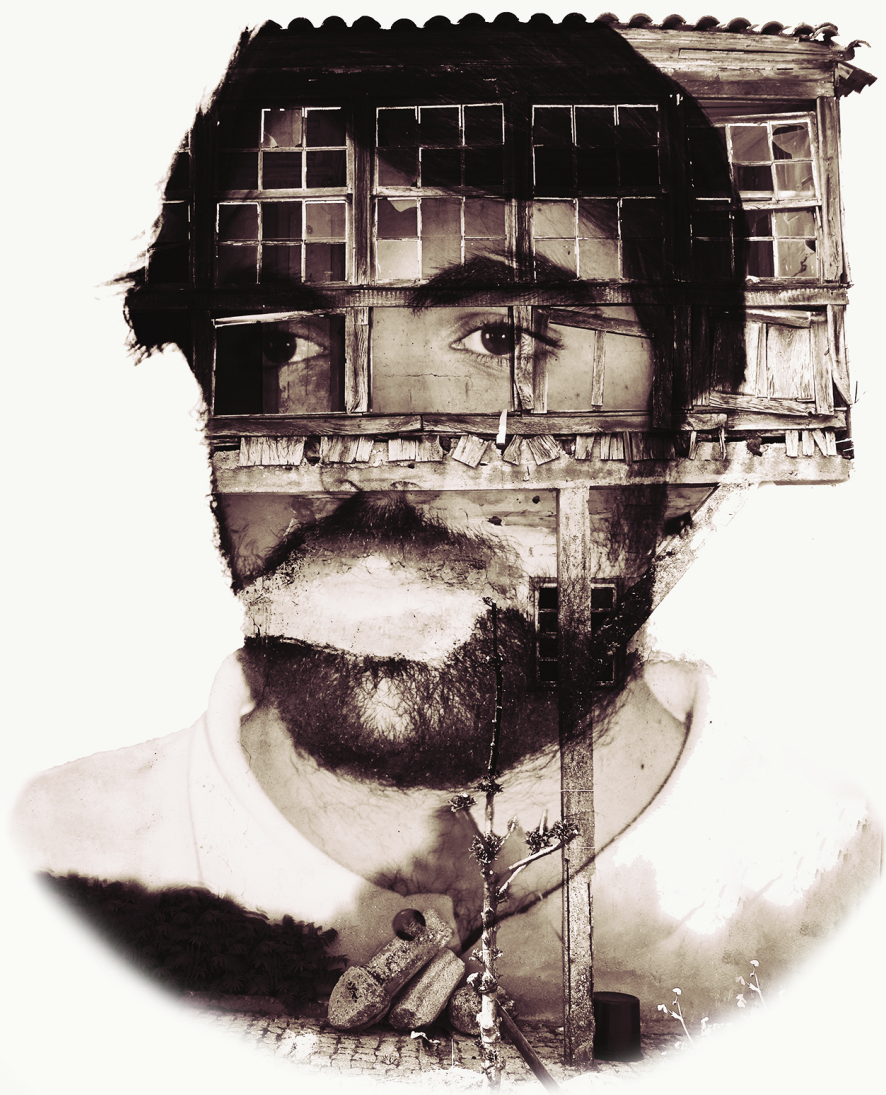
As fotografias escolhidas são retratos capturados por mim onde em cada um é sobreposto um objeto com o qual as pessoas se identificavam. No caso da primeira fotografia o objeto escolhido foi o livro, onde as páginas criam um véu sobre o rosto da pessoa. Na segunda fotografia à uma sobreposição de uma mota sobre a pessoa fotografada.



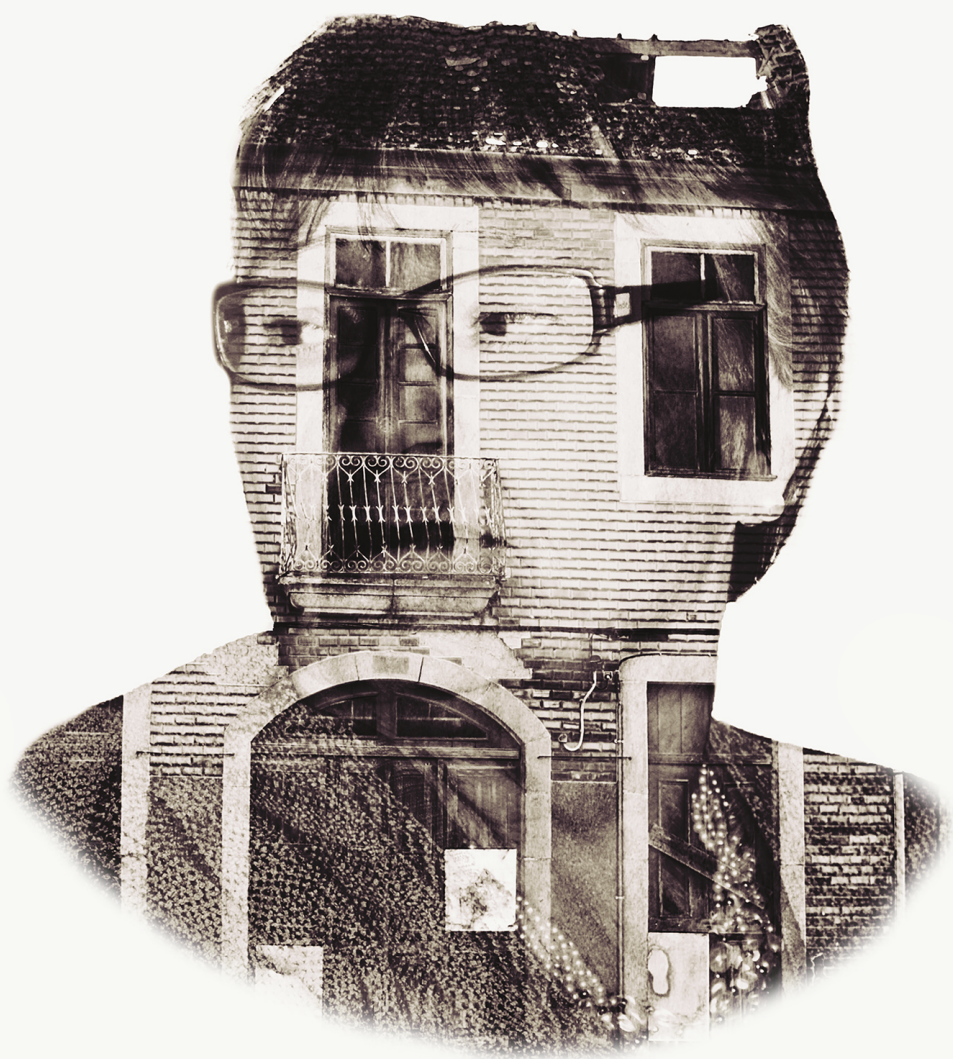


# Projeto Final











# Análise dos resultados obtidos

Espelhos de Alma acabou por ser um projeto bastante envolvente tanto a nível técnico como a nível emocional.

A nível técnico, não esperava que fosse tão complexo, mas tudo fez parte da edição gráfica para que, também neste trabalho coexistisse a fotografia e o design gráfico.

A junção da fotografia e do design gráfico sempre foi a questão explorada ao longo do último ano de Mestrado, e por isso, tendo já como base todo o contexto da interligação desses campos e referências bastante fortes, decidi explorá-la a fundo colocando em prática muito do que foi aprendido ao longo do percurso académico relacionando os conhecimentos em áreas tão diferentes, e tão dependentes uma da outra ao mesmo tempo.

A captação das fotografias foi conseguida com uma máquina fotográfica Nikon D5200 com um objetiva com distância focal de 18-55mm e foi opcionalmente dividida em duas partes: a primeira dedicada à recolha de edifícios com diferentes estados de degradação, e a segunda à escolha das pessoas a serem retratadas.

Por ter optado fotografar primeiro os edifícios foi preciso obter mais imagens de diferentes perspetivas para que posteriormente usasse a que melhor se enquadraria com o retrato. Os edifícios foram todos captados em zonas que frequento regularmente, embora apenas de passagem.

Foi uma altura interessante pois as ruínas e edifícios degradados começaram a destacar-se aquando do começo do projeto, antes pouco ou nada reparava nisso, e agora vejo que apesar de serem edifícios em diferentes tipos de degradação e abandono, não deixam de ser belos e de estarem carregados de simbolismo aos olhos dos mais atentos. .

Tecnicamente houve ajustes gráficos, onde elementos tiveram de ser omitidos dando lugar a elementos que antes estavam em segundo plano e que pouco ou nada se destacavam, e onde houve também um jogo de opacidades entre os elementos. Por exemplo, na maioria das fotos havia uma janela coincidente com um dos olhos, visualmente causava uma certa interferência, e por isso optei por dar lugar à janela, a qual se tornou como que uma metáfora, acrescentando mais simbolismo à imagem.

Nas fotografias de retrato, parte do indivíduo deu lugar ao edifício para que não se perdesse a essência de todo o projeto e que fosse perceptível o tipo de imagens que se tinham integrado. O resultado final acabou por ser interessante, onde as linhas retas e rígidas dos edifícios deram seguimento às linhas curvilíneas e fluídas do rosto



e dos cabelos.

Foi aqui, que este projeto me permitiu utilizar novas ferramentas que desconhecia para poder obter o mesmo resultado ou bastante semelhante ao de uma múltipla-exposição obtida por meio analógico.

Foi necessário observar as texturas e os elementos fulcrais em ambas as camadas e perceber qual o lugar que estes ocupariam na fotografia de modo a que a fotografia não perdesse o seu sentido e simbolismo e que se tornasse visualmente mais forte e prendesse o olhar para que de seguida o perdesse por entre as camadas, numa tentativa de as desvendar.

Graficamente, o projeto Espelhos de Alma, acabou por se assemelhar à referência Franceso Paleari. A semelhança, como disse, é apenas visual, pois conceptualmente ambos os projetos diferem bastante um do outro. No caso de Paleari o conceito foca-se na relação do indivíduo com a cidade onde vive, onde utiliza monumentos históricos que caracterizam a cidade.

As fotografias encontram-se todas numa escala monocromática, esta foi uma escolha que teve como fim o dramatismo e o aumento de contraste das fotografias.

No campo da edição das fotografias, o estágio teve um papel de extrema relevância. Foi com muitas das técnicas aprendidas no mesmo e com programas até então nunca experienciados que desenvolvi todo o processo de edição, facilitando imenso esse trabalho por utilizar ferramentas com a qual já me sentia familiarizada.

Em todas as seis fotografias finais encontram-se pessoas que fizeram parte da minha vida, em fases diferentes da mesma, uns por um período mais longo do que outros, mas com todos os quais partilhei vivências e momentos.

O facto de serem pessoas que eu conheço e que fazem parte de mim, facilitou um pouco a relação do retrato com o edifício em estado de degradação, mas exigiu um envolvimento emocional maior. Acabou por ser um processo “agridoce” com momentos cheios de nostalgia ao longo do desenvolvimento de todo o projeto.

Os resultados finais e a sua análise fizeram-me perceber que vivendo tanto 20 como 80 anos, o tempo, em nada influencia a “degradação” do nosso “eu”. São sim, as vivências e a forma como lidamos com elas que nos levam, ou não, a estados diferentes de ruptura.

Foi um projeto, para mim, enriquecedor a todos os níveis. Permitiu-me evoluir a nível técnico, mas principalmente como pessoa, pude, com ele, reconhecer a força de todos aqueles que o tornaram concretizável.

# Conclusão

Espelhos de Alma surgiu a partir de várias referências, e ao longo do projeto foi possível ver inspiração das mesmas na evolução do trabalho. O projeto acabou por ter como referências principais David Carson e Francesco Paleari, embora, estas não tenham sido determinantes no conceito. Ou seja, ambas as referências foram base do projeto apenas na parte gráfica e visual.

Com este projeto foi-me possível experienciar novas técnicas e métodos de trabalho e aplicar praticamente muito do conhecimento teórico, e não só, obtido durante o percurso académico.

Espelhos de Alma surgiu como uma resposta artística à integração do design gráfico e da fotografia. Apesar de ter um carácter artístico e conceptual, é possível adoptar a técnica e aplicá-la no mercado de produção de fotografia comercial.

Tratando-se do cruzamento de áreas que sempre fizeram parte do meu interesse, em momento algum houve perda de empenho e motivação no desenvolver de todo projeto. Foi todo um percurso onde aprendi a nível técnico e onde desenvolvi trabalho a nível artístico.

Durante todo o trabalho estive bastante expectante, pois, os resultados foram um pouco morosos, por ser um projeto desenvolvido paralelamente ao estágio dispendendo assim de muitas horas de trabalho, e também por ter optado por captar primeiramente as fotografias dos edifícios e só depois os retratos.

Houve limitações que foram aparecendo, mas que facilmente foram contornadas. Tais como o acesso a vários edifícios, o acesso às pessoas e a autorização para usar todas as imagens.

Desde a captação das fotografias das ruínas, à captação dos retratos, até à pós-produção, senti que o projeto me prendeu a cada pequeno passo, e com ele fui evoluindo tecnicamente.

Notei que o meu olhar ficou mais atento ao que me rodeava e observador, permitindo-me descobrir edifícios pelos quais já tinha passado imensas vezes e os quais nunca tinha visto e que não tinha perdido um pouco do meu tempo para os apreciar.

Fiquei bastante satisfeita com os resultados finais, e como os edifícios se conjugaram tão bem aos retratos, não só visualmente mas também conceptualmente.

# Webgrafia

Autor Desconhecido. Acedido a 12 Mar. 2014. Disponível em: [http://www.art-space.com/francesca\\_woodman](http://www.art-space.com/francesca_woodman)

Autor Desconhecido. Acedido a 12 Mar. 2014. Disponível em: <http://www.tate.org.uk/art/artists/francesca-woodman-10512>

BETTY. *The art of multiple exposure with fine art photographer, Christoffer Relander*. 29 Janeiro, 2014. Acedido a 8 Fev. 2014. Disponível em: [http://blog.iamnikon.com/en\\_GB/d-slr/multiple-exposure-photography-christoffer-relander/](http://blog.iamnikon.com/en_GB/d-slr/multiple-exposure-photography-christoffer-relander/)

KAY-KOK, Stephanie. *Surreal Layered Portraits by Miki Takahashi*. Acedido a 15 Dez. 2013. Disponível em: <http://www.photographyblogger.net/surreal-layered-portraits-by-miki-takahashi/>

PALEARI, Francesco. *Milano's Profiles*. 30 Novembro, 2013. Acedido a 10 Fev 2014. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/12683157/Milanos-profiles>

PANTELIA, Anna. *Recycle*. 12 Novembro, 2012. Acedido a 10 Fev. 2014. Disponível em: <https://www.behance.net/gallery/Recycle/5889145>



## Anexo II

# Complementaridade da fotografia e do design gráfico

David Carson

Joana Marques orientada por João Mota (PhD)

*Mestrado em Criação Artística Contemporânea – Universidade de Aveiro*

[jiofsm@ua.pt](mailto:jiofsm@ua.pt)

## RESUMO

O presente artigo tem como intuito estudar a união que tem vindo a ser cada vez mais reafirmada entre o design gráfico e a fotografia.

Como objeto de estudo, elegi o trabalho de David Carson, não só pelo título que detém no pódio de design, mas pela tentativa de entender a essência dos seus trabalhos visualmente cativantes e do processo que leva ao objeto final.

Perceber o seu processo criativo, o como conjugar a fotografia e o grafismo, como nos podemos influenciar pelos locais, é relevante para todos aqueles que querem atuar nesse mundo.

Palavras-chave: design, fotografia, integração, tipografia, criatividade, processo.

## ABSTRACT

This article has the purpose to understand the "marriage" that has been increasingly reaffirmed between graphic design and photography. As an object of study, I have chosen the work of David Carson, not only for the title it holds on the podium's design, but trying to understand the essence of their visually captivating work and the process that leads to the final object.

Realize his creative process, how to combine photography and graphics, it is relevant for all those who want to work in this world.

Keywords: design, photography, integration, typography, creativity, process.

## 1. INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, o design gráfico tem-se apropriado cada vez mais do uso da fotografia como meio para comunicar a mensagem desejada de uma forma mais eficaz e cativante. Agora, os designers disputam a atenção do espectador

com comunicação que é visualmente interessante e intelectualmente contestada.

O quotidiano da vida moderna encontra-se rodeado por mensagens gráficas, tornando-se parte do mesmo. Este excesso de informação e imagens faz com que a captação de atenção tenha sucesso apenas por aqueles que usam conteúdo significativo e/ou humor inteligente.

O presente artigo tem como objetivo relatar um estudo sobre o designer David Carson.

O seu nome surgiu de uma vasta pesquisa sobre as áreas da Fotografia e do Design Gráfico. Essa pesquisa teve como fim adquirir um conhecimento mais aprofundado dos conceitos, dos "fundadores" dessas disciplinas. É de extrema relevância entender as raízes do que se pretende ter como base de estudo. Entender toda a evolução que as disciplinas tiveram, os seus apogeus, e em que épocas perceberam como uma se poderia aliar à outra em prol de um melhor entendimento, e de uma maior aproximação ao visualizador. David Carson surge então, como um dos melhores designers que atua no século XXI.

Sendo um designer de notoriedade nos tempos que decorrem, é necessário entender o seu percurso, para descobrir a essência dos seus trabalhos. Este estudo terá um enfoque claro na conjugação da fotografia no trabalho maioritariamente tipográfico de David Carson e na influência que a fotografia tem nos trabalhos realizados.

Todo este processo tem como objetivo compreender a prática de um designer contemporâneo, o seu processo tanto criativo como projetual, os quais detêm uma grande importância. A criatividade é a capacidade de criar coisas novas, de ver para além do que existe, do óbvio, é o aperfeiçoamento, o solucionar dos problemas. Carson parece dominar por completo a criatividade.

Sendo formado em sociologia, é estimulante a forma como ele cria, como ele cativa. A forma como ele entende e nos faz entender. Talvez tenha sido essa formação que faz dele o génio de design que é hoje.

É, portanto, um artigo dedicado à pesquisa, criação e entendimento do processo criativo que envolve o mundo do design. A criatividade é, certamente, a palavra-chave que abre a porta desse mundo.

## 2. BIOGRAFIA

David Carson nasceu no dia 8 de Setembro de 1955, no Texas, Estados Unidos.

Ele era surfista de competição mundial e professor do ensino secundário na Califórnia. Aos 26 anos, matriculou-se num curso de design de duas semanas, instruído por um designer russo chamado Hans-Rudolph Lutz. Rapidamente se matriculou numa escola de arte. Começou a trabalhar como designer numa revista pequena de surf, *Self and Musician*. De seguida, passou quatro anos como designer a trabalhar em tempo parcial para a revista *Transworld Skateboarding*, a qual lhe permitiu experimentar sem quaisquer restrições.

Em 1989 David tornou-se diretor de arte da *Beach Culture*, outra revista de surf.<sup>1</sup> O trabalho de David com a revista ganhou mais de 100 prémios de design, e continua a ser visto aos olhos de alguns como uma coleção dos seus melhores trabalhos.

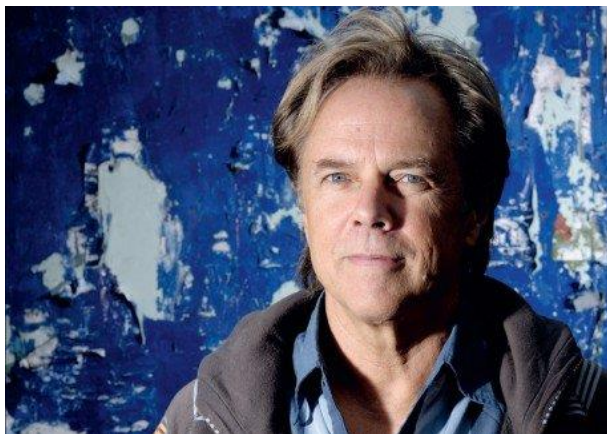


Figura 1- David Carson

Os seus feitos distintos com a revista *Beach Culture* catapultaram David Carson para a ribalta do design, e também, captou o interesse de Marvin Jarret, o editor da *Ray Gun*. Esta trata-se de uma publicação de música alternativa americana. Em 1992, Marvin Jarret contratou David como Director de Arte.

O monumental sucesso da *Ray Gun* ao longo dos três anos seguintes é atribuído à estratégia de design incrível de David que era apelativo para os mais jovens. Carson viu a *USA Today* descrever o seu trabalho como “visualmente estonteante” e afirmar que o seu design para a *Ray Gun Magazine* é “uma forma de levar eficazmente os jovens a ler novamente”.<sup>2</sup>

Empresas como a *Nike* e a *Levis* viram uma oportunidade no design de David para aumentar as

vendas mais juvenis e encarrega-lo de criar anúncios impressos e dirigir comerciais de televisão.

Em 1995, David abandonou a *Ray Gun* para criar a sua própria empresa: *David Carson Design*. Esta tornou-se instantaneamente sucessiva e atraiu diversos clientes tais como *Microsoft*, *Toyota*, *Giorgio Armani* e *Nine Inch Nails*.

No mesmo ano, lançou o seu primeiro livro intitulado *End of Print: The Graphic Design of David Carson*, que se tornou o livro de design gráfico mais vendido de todo o tempo, foi impresso em 5 línguas e objeto de inúmeras exposições. Carson publicou ainda *2nd Sight* ou *Fotografiks*.

Ao longo dos anos, David lançou mais compilações do seu trabalho, incluindo a coleção *Trek* de 2004.<sup>3</sup>

Convidado pela campanha de Barack Obama para contribuir com a sua “visão artística”, Carson desenvolveu uma interpretação tipográfica, mais tarde publicada em livro e transformada em primeira página do jornal inglês *The Guardian*, num especial sobre a candidatura presidencial. Foi premiado no mundo todo e publicou mais de 180 artigos de revistas e jornais (incluindo a *Newsweek* e o *New York Times*). O percurso de Carson abriu horizontes para os designers utilizarem não só as ferramentas que têm diante de si mesmos, mas sim questionarem eficazmente a sua relevância para os projetos que lhes são propostos, permitindo novas e originais obras de arte.<sup>4</sup>

### 3. DESIGN DE CARSON

Os trabalhos de David Carson originaram uma série de motivos estilísticos que modelaram a comunidade de design como a conhecemos nos dias de hoje.

A capa de *Trek* era incrivelmente caótica e colorida, característica do trabalho de David. O confronto duro da cor do texto com o fundo e o uso de fontes tipográficas sobrepostas ocultando parte de algumas letras, torna mais difícil a sua leitura, reminiscência de um trabalho mais antigo, onde ele cita “Don’t mistake legibility for communication.” O uso de camadas na capa adiciona ainda o caos e complica a compreensão do que está a ser comunicado.

As suas características caóticas e diferentes, com fotografias sobrepostas e fontes tipográficas mistas e alteradas, atraíram tanto admiradores como detratores.

<sup>1</sup>Informação disponível em:

<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/97120/David-Carson>

<sup>2</sup>Informação disponível em:

<http://www.esad.pt/pt/eventos/david-carson-design>

<sup>3</sup>Informação disponível em:

[http://www.kenyaferrand.com/pics/web/css\\_layout/david.html](http://www.kenyaferrand.com/pics/web/css_layout/david.html)

<sup>4</sup> Informação disponível em:

<http://www.esad.pt/pt/eventos/david-carson-design>



O Fotógrafo Albert Watson, por exemplo, declarou: “Ele usa a tipografia da mesma forma que um pintor usa a tinta para criar emoção, para expressar ideias.”<sup>5</sup> A abordagem singular de Carson à tipografia mudou o foco da legibilidade para a composição, abstraindo a forma das letras para criar novas formas e estimular texturas que captam a atenção do olhar. A abordagem que Carson faz ao design reflete com grandeza as atitudes dele próprio, assim como o tempo em que as suas técnicas foram solidificadas. O seu trabalho tem, por isso, uma forte característica imprimida do design moderno, esta conhecida como “*Grunge*” e também do movimento conhecido como Desconstrução.

O movimento designado como Desconstrução, ou Pós-estruturalismo, emergiu dos círculos acadêmicos e alternativos e entrou na corrente principal do design mundial. É um processo interativo, no qual, tanto o designer como o espectador são convidados a dismantlar mensagens. De acordo com esta diversidade de perspectivas, Carson, criou designs que tentaram revelar a complexidade dos assuntos e projetar muitas vozes simultaneamente através das camadas e fragmentação. As revistas *RayGun* e *Beach Culture* de David Carson popularizaram esta abordagem visual.

O estilo *Grunge* nasceu da estética desganhada da música de Seattle por volta de 1990. O design deste estilo, alargou o trabalho do movimento de Desconstrução caracterizando a angústia, decomposição, fonte confusa, imagens caóticas, composições de camadas emotivas. (Tova Rabinowitz, p. 43)

O seu trabalho para a *RayGun* é um dos trabalhos mais excecionais de David Carson. O seu trabalho nas capas da revista, define a identidade da mesma. Desafiou as noções comuns do que é ou não importante dentro do design.

Carson não tem receio de quebrar a tradição e começar com novos padrões, mesmo que isso implique a afronta à necessidade de obedecer a um rigoroso sistema de grelha, ou do foco pesado na leitura de um texto. No seu trabalho, é possível contemplar elementos artesanais que acrescentam um indício forte da sua própria personalidade.

Uma série de *designs* executados dentro das próprias publicações de Carson, referenciam fortemente um sentimento de rebelião. Embora muitas das suas decisões baseadas no design, tenham sido indubitavelmente elaboradas a partir de um ponto de vista puramente artístico, com o foco centrado na estrutura e composição, havia um número que servia não mais do que como uma

abordagem agressiva e por vezes ofensiva para os seus leitores.

Esta rebelião pouco intimidou os seus leitores, e em vez disso, o seu lado radical e originalidade demonstrados nos trabalhos, levaram à criação de uma coleção de revistas inesquecíveis, alcançando assim, Carson, o título de designer moderno.<sup>6</sup>

#### 4. RELAÇÃO DA FOTOGRAFIA COM ELEMENTOS GRÁFICOS

Nos trabalhos de David Carson, existe maioritariamente uma convergência da fotografia e do design gráfico. No que diz respeito à área da fotografia, são ensaios fotográficos que Carson solicita a fotógrafos profissionais, dando ideias básicas e pedindo para que lhe enviem quando estiver pronto porque ficará ótimo. Quanto menos restringidos estiverem, mais ideias brilhantes virão da parte deles, apresentando resultados que muitas das vezes nem o próprio designer imaginou atingir.<sup>7</sup>

Por ser um processo que não está dependente só do designer, e sim de outras pessoas que vão fornecer elementos para o mesmo, trata-se muitas vezes, de trabalhos de autoria partilhada. Quando elabora os seus



Figura 2- David Carson, trabalho gráfico para a Quiksilver, 2011

<sup>5</sup> Informação disponível em:  
<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/97120/David-Carson>

<sup>6</sup> Informação disponível em:  
<http://brennanmunroe.studentsofdesign.com/2013/01/29/david-carson-deconstructing-design/>

<sup>7</sup> Informação disponível em:  
<http://www.adambanks.com/wordpress/david-carson-riverside-quark-macuser-interview/1175/>



trabalhos gráficos, existe uma clara preocupação em manter ambos os campos em sintonia e cativantes. Como é visível na Figura 2, a fotografia e os elementos gráficos respeitam-se mutuamente no meio de tanto “caos”.

Existem imensas camadas de cores e texturas, mas é notória a mancha escura em cima, onde se encontra o surfista e a informação importante relativa à marca e ao evento. Essa mancha tem um certo peso na imagem que equivale à importância que a mesma tem.

O nosso olhar é convidado inconscientemente a olhar para o topo da página, para posteriormente se perder entre as cores fortes e as texturas, e foi, certamente, esse o intuito do designer. Na figura 3, é perceptível novamente essa mancha escura onde reside a informação. Usando a escala do preto ao branco, e a opacidade, parece ordenar a informação por grau de importância.

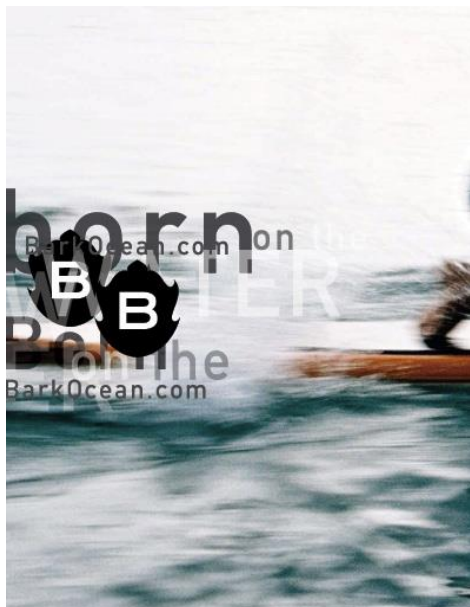


Figura 3- David Carson, trabalho gráfico para a Bark, 2009

O nosso olhar é forçado a olhar para a zona central, ocupada pela animação tipográfica, através do arrastamento existente na fotografia de fundo.

##### 5. RELAÇÃO DE CARSON ENQUANTO FOTÓGRAFO COM O TRABALHO GRÁFICO PRODUZIDO

Após a exploração do site de David Carson, e da visualização dos trabalhos produzidos e posteriormente

das fotografias que ele capta em momentos do seu cotidiano e nas suas viagens, foram notórias características comuns em ambas as dimensões. O seu design, parece ser inspirado por elementos visuais que o próprio decide “imortalizar” para futuramente, influenciarem o design a criar.

As fotografias apresentadas, expõem placas, luzes, panfletos, sinaléticas entre outros elementos que Carson encontra pela rua. Em cada uma das fotos parece tentar imortalizar o que mais o cativa. A cor, forma, textura e sobreposição, são os elementos que muito provavelmente o levam a captar as imagens. Estes exemplos ilustram como ele é influenciado pelo ambiente local, num processo de multicamadas de design através de impressões.

O primeiro conjunto de imagens submetidas a uma análise são o seu trabalho gráfico para a *Emporio Armani* realizado nos anos 90<sup>8</sup> (Figura 4) e uma fotografia tirada na Bulgária (figura 5).

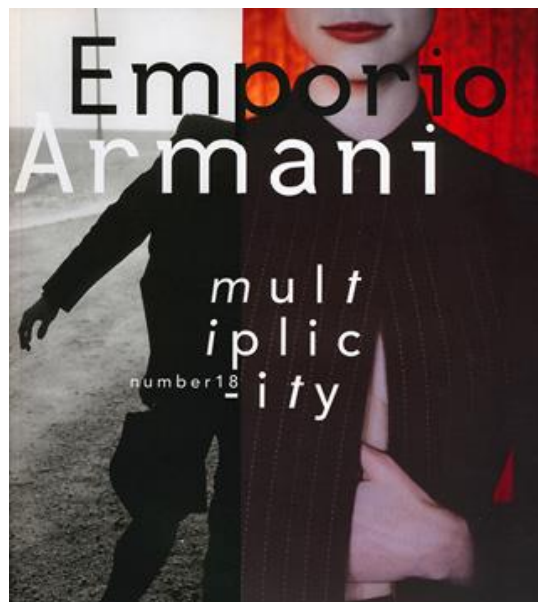


Figura 4- David Carson, trabalho gráfico para a Emporio Armani, anos 90

No trabalho para a *Emporio Armani*, Carson, estão alinhadas o nome da marca no topo, e dimensionadas à largura da página.

A palavra “armani” encontra-se a branco para contrastar com o fundo preto em que se encontra, chamando mais rapidamente à atenção do espectador. Embora o trabalho de Carson seja do estilo *Grunge*, esta publicidade tem um toque mais clássico. A fonte tipográfica é simples, rígida e sem serifas. Todas as palavras que nela se encontram estão organizadas numa

<sup>8</sup> Informação disponível em:  
<http://michaelfstratiou.wordpress.com/2012/02/20/david-carson-david-carson/>

grelha linear e formam unicamente linhas verticais e horizontais.

Na palavra “multiplicity” é notável o seu cunho pessoal, desconstruindo a palavra em três partes. Cada parte está centrada horizontalmente, e a palavra inteira encontra-se no plano central da página. Esta cartaz publicitário exibe a marca e também as suas roupas como modernas e profissionais. Isto é conseguido através do design clássico e fresco, e linhas limpas. O design combina duas fotografias, uma de um modelo masculino, a qual está a preto e branco, e outra de um feminino, estando a cores, ambos vestindo roupa da *Emporio Armani*. As fotografias são juntas de modo a que combinem numa só pessoa, isto é, o ombro da mulher está fora do ângulo, mas, a colocação da fotografia masculina cria uma linha fluída, parecendo que o ombro dele é o da figura feminina. Cria assim a ilusão de que os dois formam um único, contrastando as cores vermelho, preto e branco, para captar o interesse do espectador.

A figura 5 tem muitas características semelhantes ao trabalho realizado para a *Emporio Armani*.

Trata-se de uma fotografia tirada por Carson na Bulgária, em 2013, onde o designer participou no evento *Sofia Design Week*.

Sendo que o anterior trabalho foi realizado nos anos 90, e esta fotografia foi capturada muito tempo depois, em



Figura 5- David Carson, fotografia, Bulgária, 2009

2013, é óbvio que não existe qualquer tipo influência do local búlgaro registado no trabalho da *Emporio Armani*. Ainda assim é interessante analisar as características evidentemente comuns existentes entre ambas imagens. Talvez tenham sido essas semelhanças que levaram o designer a querer fotografar aquele lugar, ou talvez não.

Ao ver as duas imagens, torna-se clara a linha comum que divide a imagem, tornando-se duas.

O trabalho para a *Emporio Armani* tem semelhanças incríveis com a fotografia de Carson. Esta, tem também a característica de um lado da imagem ter a cor vibrante do vermelho, que capta logo a atenção do olhar e do outro lado parecer ser a preto e branco. As letras que se

encontram nela, estão também a preto e branco, de acordo com o fundo em que se inserem.

A textura da parede, na fotografia, parece estar presente no chão, do catalogo da marca, no lado que está a preto e branco.

As cores e as texturas são extremamente idênticas. Levando a crer que o trabalho da *Emporio Armani* tenha sido inspirado pela imagem capturada, não fosse o distanciamento de tempo existente a comprovar que a fotografia em nada inspirou o trabalho gráfico.

Como segundo conjunto de imagens de análise, escolhi o trabalho realizado para o *National Theatre* (Figura 6) e uma fotografia captada pelo designer na Venezuela (Figura 7).

Carson foi desafiado a criar um cartaz para o 50º aniversário do *National Theatre*, em Londres, no decorrente ano (2013).

Num primeiro contacto com a imagem, identifica-se rapidamente uma mancha de cores, uma macha escura e uma clara divisão branca e cinzenta.



Figura 6- David Carson, poster criado para o 50º aniversário do *Britains National Theatre*, 2013

Apercebemo-nos também das texturas cativantes e coloridas, camadas de cor, em cima de camadas de cor. Cores que dão forma a letras, conduzindo-nos a desvendar palavras.

Esse conjunto de texturas, cores, letras, palavras, encontra-se no centro da página, e, é visível do lado esquerdo o nome da organização.

No topo da página, estão silhuetas de corpos masculinos, negras, que impõem um peso, que dão origem a uma mancha escura. Induzem a personagens, atores, á alma do teatro. Quando se alcança essa mancha,

esses ditos atores, as cores e formas que abaixo deles se encontram, parece que se transformam em pessoas também, pequenas cabeças, uma pequena multidão, que está ali perante as silhuetas, pronta a apreciar todo o desenrolar de uma peça no palco.

Existe ainda uma divisão, que forma dois retângulos, no fundo, um branco e um cinzento. Ambos com cores sólidas e neutras que evidenciam ainda mais as texturas, as cores, e as silhuetas.

Na figura 7, fotografia capturada por Carson numa das suas viagens à Venezuela, as cores e texturas remontam-nos imediatamente para o cartaz do *Britains National Theatre*. Existe uma divisão, embora aqui não seja no fundo nem com cores sólidas e sim horizontal no lugar da vertical, mas entre uma cor maioritariamente sólida e



Figura 7- David Carson, fotografia, Venezuela, 2004

as texturas e cores. Essa divisão é obtida com o passeio em tom acinzentado na parte inferior, e as cores fortes das portas, tijolos das casas e cartazes publicitários na parte inferior da fotografia.

O amarelo e o vermelho, nesta foto, são cores igualmente identificáveis como cores principais também no cartaz. A textura da porta da garagem envelhecida, enferrujada, parece ter sido transposta para o cartaz numa das formas situada à direita.

A própria seta pintada no chão, amarela, parece ter sido transferida para o cartaz, situando-se similarmente na parte inferior, juntamente com o poste de eletricidade, o qual se encontra junto à margem direita, com uma silhueta negra.

Contrariamente à relação do trabalho para a *Emporio Armani*, nesta, a probabilidade da fotografia em Venezuela ter sido objeto de inspiração é muito maior, pois foi conseguida muito antes há realização do trabalho. Ainda assim, não sendo um dado adquirido, as texturas do cartaz parecem ter sido completamente influenciadas pelas da fotografia.

O terceiro e último conjunto selecionado para analisar formalmente, dado que é impossível analisá-los relativamente ao processo por falta de informação, foi um trabalho realizado para a *Portland Mercury News* e uma fotografia conseguida na Rússia. Dos três conjuntos, este, talvez seja o que mais pareças partilha entre as imagens. Um segundo é o

suficiente para as características semelhantes não passarem despercebidas.

A figura 9, trata-se de um trabalho gráfico para a *The Portland Mercury*, para promover o festival *Time Based Art*.

O vermelho alaranjado é a cor que sobressai neste design. Blocos de cor chamativa, vermelhos, azuis, verde e

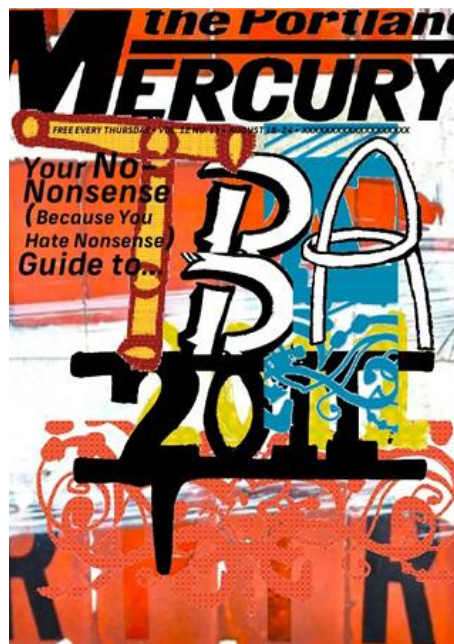


Figura 8- David Carson, capa para a Portland Mercury, 2011

amarelo, cativam rapidamente o espectador.

No centro o ano “2011”, forma uma “caixa” preta, a qual é também visível no topo da página, essa formada pelo nome da revista.

As letras que ocupam a parte central da página são ilustradas com irreverência em cima de blocos repletos de textura e cor, conferindo dinâmica ao design.

“2011” está desenhado de tal forma, que parece ter sido pintado com spray, adquirindo um estilo próprio do *graffiti*.

Na fotografia (figura 9) tirada na Rússia por David Carson, é apresentada a mesma cor, vermelho alaranjado como elemento visual principal da imagem.

O objeto da fotografia aparente ser um cartaz, colado numa superfície num espaço público.

Muitas vezes, em muitos sítios, observamos que existem cartazes que vão sendo ocultados com outros que vão sendo colocados por cima. Com o tempo, vão-se formando camadas de papel, dando cor e criando texturas, vincando a sua efemeridade. Esse mesmo



“fenômeno” observado nesta fotografia, é também observável no design do trabalho gráfico da figura 8.

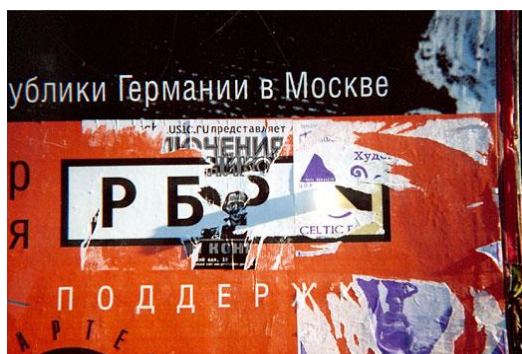


Figura 9- David Carson, fotografia, Rússia, 2003

O retângulo negro criado na capa da revista pelo nome da mesma, é perceptível na fotografia, embora nesta, esse retângulo seja mesmo figurativo, ocupando o mesmo espaço superior que na revista.

Na parte central, é visível uma caixa branca, a qual coincide com a caixa criada pelo “2011” na *Portland Mercury*. Por cima dessa caixa branca vêm-se letras, a localização das quais coincide com as letras do evento a promover na revista- *TBA*. Estão presentes letras pretas soltas do lado esquerdo, as quais na revista se constata na parte inferior.

O que tal vez tenha cativado o olhar de Carson, tenha sido mesmo as texturas dos elementos colados por cima, que com o tempo se foram deteriorando, e a cor forte, que não passa despercebida ao olhar de quem por ali passa. Considerando que a fotografia aqui analisada foi tirada em 2003, e o trabalho gráfico foi executado posteriormente, existe a possibilidade de esta, também, ter servido como base de inspiração.

## 6. PROCESSO CRIATIVO E PROJETOAL

É perceptível, que as diferenças entre a cor e a forma deixam o designer intrigado. Essas diferenças são mínimas, mas, quando dispostas num vazio característico de um espaço branco, tornam-se intensas e poderosas.

Nas apresentações/palestras que Carson realiza, apresenta uma imagem em que estão apresentadas duas portas de garagem (Figura 10). Ambas as portas são iguais tanto na cor, como na forma e no design. Tanto numa, como noutra, a pintura parece-se com um maço de tabaco da Marlboro, vermelho, refletido na horizontal, e com as palavras “no parking”.

Na primeira porta, as letras são evidentemente mais pequenas, perdendo assim espaço e o sentido de proibição que tentam transmitir. Isto é, qualquer pessoa que soubesse ler, saberia que ali não se podia estacionar, mas mesmo assim, poderia sentir-se tentada a fazê-lo.

Na segunda porta, as mesmas palavras estão escritas, mas com uma fonte tipográfica diferente. Nesta, as letras



Figura 10- Portas de garagem

ocupam grande espaço da parte que está pintada de branco, ganhando espaço, o qual, as da imagem anterior tinham perdido. As letras apresentam-se muito maiores e assertivas, pintadas com *spray* preto, podendo comunicar um lado mais incomodado e irado da pessoa que detém a garagem.

Para Carson, a nossa reação imediata perante diferentes fontes tipográficas, layouts, cores, sinais, símbolos, é devido à **intuição**.<sup>9</sup>

A nossa intuição permite-nos compreender instantaneamente alguma coisa, mesmo antes de termos tempo para analisá-la.

A linguagem é uma representação. As imagens envolvem-se com os nossos sentimentos, a nossa emoção, a nossa intuição. Um grande exemplo dessa intuição de Carson, é um dos trabalhos realizados para a *RayGun* em 1994. Foi proposta a paginação de um artigo, sobre o músico *Bryan Ferry* (Figura 11). Ao lê-lo, Carson sentiu-se incrivelmente aborrecido, e seguindo a sua intuição, decidiu imprimir o artigo com a fonte *Zapf Dingbats*.



Figura 11- David Carson, Raygun

<sup>9</sup> Informação disponível em:

[http://www.jaimewright.ws/carson\\_content.html](http://www.jaimewright.ws/carson_content.html)

O artigo tornou-se como um criptograma, era impossível lê-lo, mas os símbolos que a fonte continha, tornaram o artigo visualmente mais interessante. O mesmo artigo foi impresso no final da revista de forma corretamente legível, para aqueles que realmente estariam interessados.<sup>10</sup>

Carson, aproxima-se subjetivamente do design. Quando lhe propõe a execução da capa de um CD, ele primeiro ouve as músicas que o compõe, para posteriormente usar o seu senso intuitivo como inspiração para o trabalho de design gráfico. Assim, consegue uma proximidade com o espectador, pois a probabilidade deste ter uma compreensão intuitiva similar é enorme.

A sua abordagem subjetiva é uma tentativa de encontrar a solução na própria coisa.

Quando executa os trabalhos, Carson, como explica nas suas palestras, usa o programa *QuarkXpress*, por ser simples, e ter as funcionalidades básicas que ele precisa. Após criar várias soluções digitais, há uma impressão das mesmas, onde posteriormente são colocadas todas lado a lado, para uma reflexão sobre qual será a melhor solução, para, provavelmente, dar os últimos ajustes e apresentar ao cliente.

Carson diz, na entrevista dada à revista *Computer Arts*<sup>11</sup>, que não tem a ver com o conhecimento de todos os utensílios e manuseamento das fotografias. O bom design surge das mais básicas decisões, como cortar a fonte tipográfica. Não se pode deixar que o computador e o programa tomem decisões por nós. Devemos exceder os limites que ele nos impõe no que diz respeito às colunas de textos, aos espaços que ele define. Devemos tirar o título, subtítulo, de dentro da mesma caixa.

Carson subordina o óbvio ao sutil, é revolucionário, subtilmente subversivo porque enfatiza a obra de arte sobre a propaganda, a intuição sobre a análise.

## 7. CONCLUSÃO

Tendo como base de estudo o trabalho de David Carson, foi possível obter a informação de tudo o que envolve um trabalho gráfico onde se incorpora a fotografia, e também, como a fotografia pode influenciar o nosso trabalho.

A documentação fotográfica de episódios do quotidiano pode desencadear uma onda de criatividade relativamente à criação do que é considerado design moderno. É uma fonte de inspiração para os futuros desafios a serem propostos.

Observar texturas, cores, formas, organização, é uma mais-valia para os trabalhos a serem criados. Não

esquecendo, porém a intuição. A tão falada intuição, por David Carson. É ela que nos aproxima dos que usufruirão do trabalho, que transforma todo o trabalho numa peça genuína.

A fotografia e o design gráfico estão cada vez mais a contestar um lugar elevado. Completam-se. Compreendem-se. É preciso compreendermos nós, ambos os campos, saber onde pertencem, para poder criar uma obra genuína. Obra genuína que o será também aos olhos de muitos outros.

Observar.

Sentir.

Comunicar.

---

<sup>10</sup> Informação disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=hpIv7ww78zM>

<sup>11</sup> *Computer Arts Brasil*. Edição nº 15. 12 Junho, 2008.

## Referências:

BLACKWELL, Lewis. *The End of Print: The Grafik Design of David Carson*. 2ª Edição. Laurence King Publishing, 2003.

RABINOWITZ, Tova. *Exploring Typography*. 1ª Edição. Thomson Delmar Learning, 2006.

*Computer Arts Brasil*. Edição nº 15. 12 Junho, 2008.

CARSON, David. *Trek: David Carson Recent Werk*. Gingko, 2003.

MEGGS, Philip. *Fotografiks*. 1ª Edição. Gingko Press, 1999.

CARSON, David. [Consult. 20 Nov. 2013]. Disponível em: <http://www.davidcarsondesign.com/t/>

Encyclopædia Britannica. [Consult. 26 Nov. 2013]. Disponível em: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/97120/David-Carson>

Esad [Consult. 26 Nov. 2013]. Disponível em: <http://www.esad.pt/pt/eventos/david-carson-design>

Kenya Ferrand. [Consult. 2 Dez. 2013] Disponível em: [http://www.kenyaferrand.com/pics/web/css\\_layout/david.html](http://www.kenyaferrand.com/pics/web/css_layout/david.html)

MUNROE, Brennan - David Carson: Deconstructing Design. 29 Janeiro, 2013. [Consult. 2 Dez. 2013] Disponível em: <http://brennanmunroe.studentsofdesign.com/2013/01/29/david-carson-deconstructing-design/>

WRIGHT, Jaime – Impressions of David Carson. 9 Novembro, 2000. [Consult. 2 Dez. 2013] Disponível em: [http://www.jaimewright.ws/carson\\_content.html](http://www.jaimewright.ws/carson_content.html)

Sarhtan – The Impact of David Carson. 5 Abril, 2005. [Consult. 4 Dez. 2013] Disponível em: <http://www.studymode.com/essays/The-Impact-Of-David-Carson-52276.html>

BLACKWELL, Lewis – Design: A hero of deconstruction. 6 Dezembro, 1997. [Consult. 4 Dez. 2013] Disponível em: <http://www.independent.co.uk/life-style/design-a-hero-of-deconstruction-1287227.html>

Michaelefstratiou – David Carson. 11 Setembro, 2008. [Consult. 5 Dez. 2013] Disponível em: <http://michaelefstratiou.wordpress.com/2012/02/20/david-carson-david-carson/>

<https://www.facebook.com/davidcarsondesign> [Consult. 6 Dez. 2013]

Banks, Adam – Impressions of David Carson. 9 Novembro, 2000. [Consult. 2 Dez. 2013] Disponível em: <http://www.adambanks.com/wordpress/david-carson-riverside-quark-macuser-interview/1175/>

Computer Hope – Zapf Dingbats. [Consult. 9 Dez. 2013] Disponível em: <http://www.computerhope.com/jargon/z/zapfding.htm>

Ralph – Independent Analysis: A David Carson Design. 5 Dezembro, 2008. [Consult. 9 Dez. 2013] Disponível em: <http://rlinare3.wordpress.com/2008/12/05/independent-analysis-a-david-carson-design/>

<http://www.unc.edu/~snider/assignments/DesignerRepo.html> [Consult. 10 Dez. 2013]

Buzz Poole – The End of Print (again): Why David Carson Still Matters. 17 Julho, 2012. [Consult. 10 Dez. 2013] Disponível em: <http://www.printmag.com/design-inspiration/the-end-of-print-again-why-david-carson-still-matters/>

Ngokz – David Carson. 6 Junho, 2008. [Consult. 11 Dez. 2013] Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=hpIv7ww78zM>